

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data 25 responden yang di dapat dari pengambilan data secara online melalui kuesioner ,lalu dilakukan analisis serta pembahasan . Maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Perusahaan Konstruksi di Surakarta sebagian besar mengalami dampak pada masa pandemi *COVID-19* dengan adanya penundaan dan juga perubahan rencana pada beberapa proyek . Dengan berkurangnya proyek proyek ini otomatis adanya harapan terhadap proyek yang sedang ramai di industri kesehatan pun juga tidak ada jawaban .
2. Beberapa penggunaan media digital dan juga *Work From Home* tidak begitu berpengaruh pada masa pandemi *COVID-19* . Dapat dikatakan bahwa sebelum pandemi *COVID-19* perusahaan sudah menggunakan media digital jadi setiap pekerja nya sudah memiliki bekal penggunaan media digital . Disamping itu *Work From Home* tidak terlalu berpengaruh atau menjadi hal yang harus karena beberapa proyek harus di pantau langsung di lapangan .
3. Dengan adanya pengetahuan pemasaran yang cukup beberapa perusahaan konstruksi memilih untuk mengubah strategi pemasarannya guna bertahan pada masa pandemi *COVID-19* . Dari situ terlihat bahwa pemasaran merupakan bagian penting pada masa pandemi *COVID-19* .

4. Pemasaran konvensional pun pada masa pandemi *COVID-19* tidak lah terasa karena mayoritas masyarakat sudah menggunakan media digital untuk mencari informasi . Sehingga perpindahan pemasaran konvensional ke pemasaran digital menjadi salah satu jalan untuk perusahaan konstruksi di Surakarta .

5. Konten artikel dan juga konten video menjadi salah satu pendukung pemasaran digital . Konten konten ini di barengi dengan adanya iklan sehingga pemasaran digital ini dapat berjalan dengan lancar .

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah di lakukan oleh penulis mengenai Dampak pandemi *COVID-19* terhadap pemasaran bisnis konstruksi di Surakarta , maka terdapat beberapa saran dari penulis untuk masukan pada penelitian selanjutnya , antara lain :

1. Bagi pelaku bisnis konstruksi , dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna untuk mengetahui dampak dari pandemi covid-19 serta pelaku bisnis dapat mengetahui bagaimana solusi dalam pemasaran pada masa pandemi *COVID-19* .
2. Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat dikembangkan lagi agar mendapatkan solusi yang lebih baik.
3. Penulis berharap ada penelitian tentang pemasaran yang lebih inovatif.

4. Untuk perusahaan konstruksi di Surakarta, sekiranya dampak dari pandemi *COVID-19* menjadi pembelajaran bagi perusahaan agar menjadi perusahaan yang lebih baik kedepannya .



## DAFTAR PUSTAKA

- Yaser ,G dan Abdulsalam Alhagar. 2020 . The Impact of Pandemic Crisis on the Survival of Construction Industry: A Case of COVID-19 . *Mediterranean Journal of Social Sciences* . 122-128.
- Hansen ,S . 2020 . “ Does The COVID-19 Outbreak Constitute a Force Majeure Event ? A pandemic Impact on Cnstrucion Contract . *Journal of Civil Engioneeing Forum* . 201-204.
- Kementrian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Direktorat Jenderal Bina Konstruksi. 2020 . Kebijakan dan perubahan di sektor jasa konstruksi di masa pandemic . *Buletin Konstruksi* .No 4 . 3-5
- International Labour Organization . 2021 . Impact of Covid 19 on the construction sector. *International Labour Organization* . 1-12
- Sihombing ,L . 2020 .Dampak COVID-19 pada Industri Kontruksi dan Tantangannya Pasca COVID-19 di Indonesia: Tinjauan dari sisi Manajemen Risiko Proyek, Program dan Portofolio . *International Project Management Association* . 28-30
- Builder Indonesia . 2019 . Digital Marketing Industri Konstruksi , Seberapa Jauh urgensi nya ? . Diakses pada 1 Maret 2021 <https://www.builder.id/digital-marketing-industri-konstruksi/>
- Febrinastri , Fabiola . 2020 . Di Tengah Pandemi Covid-19, Begini Cara Pemasaran Properti Menurut Pakar . Diakses pada 1 Maret 2021 <https://www.suara.com/bisnis/2020/04/07/191907/di-tengah-pandemi-covid-19-begini-cara-pemasaran-properti-menurut-pakar?page=all>
- Feriansyah . 2020 . *Strategi Pemasaran Dalam Mengatasi Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia* .Manajemen . Universitas Tanjung Pura . Pontianak.
- Sangtania , Bryan .dkk . 2020 . *STUDI AWAL PENGARUH COVID-19 TERHADAP PEKERJAAN KONSTRUKSI TRADISIONAL DAN KONSTRUKSI 4.0* . Teknik Sipil . Universitas Kristen Petra Indonesia . Surabaya
- Guitton, F . 2020. *A Marketing Roadmap for Construction Success in the COVID-19 Environment*. *Construction Executive* . Diakses pada 1 Maret 2021 <https://constructionexec.com/article/a-marketing-roadmap-for-construction-success-in-the-covid-19-environment>

Andar , D . 2021 . Strategi Pemasaran Perusahaan Kontraktor di Era Persaingan Digital . Diakses pada 1 Maret 2021

<https://www.seputarmarketing.com/strategi-pemasaran-perusahaan-kontraktor/>

Thomas , Philipus ,dan Riana Adicandra . 2020. Profesi dalam jasa konstruksi dan tahapan pelaksanaan pekerjaan konstruksi . *Universitas Atma Jaya Yogyakarta* . Yogyakarta .

Guilford, J.P. 1956. *Fundamental Statistic in Psychology and Education*. 3rd Ed. New York: McGraw-Hill Book Company, Inc.

