

Analisis aspek pemasaran pada bisnis bengkel las bersaudara bagan Batu

Nurul Fadhilah Nasution^{1*}, Nihayatu Aslamatis Soleka²

¹ Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: fadillanurul339@gmail.com

Kata Kunci:

Studi kelayakan bisnis;
aspek pemasaran; Bengkel Las

Keywords:

Business feasibility study;
marketing aspects; welding workshop

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai aspek pasar dan pemasaran pada bisnis Bengkel Las Bersaudara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kelayakan aspek pasar dan pemasaran pada bisnis Bengkel Las Bersaudara. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan cara observasi. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Bengkel las Bersaudara Layak dalam aspek pasar dan pemasarannya. bisnis ini juga menawarkan produk yang inovatif, berkualitas tinggi dan harga yang kompetitif serta pelanggan dapat membayar uang muka terlebih dahulu ketika memesan produk. Strategi ini dapat menarik minat pelanggan dalam membeli produk dan dapat menarik pelanggan untuk dapat datang kembali untuk membeli. Pada penelitian ini hasil analisis yang telah dilakukan pada Bengkel Las Bersaudara dalam menilai aspek pasar dan pemasaran memperoleh total nilai 21/5 dengan hasil nilai rata-rata 4,2, maka bisnis tersebut layak. Hal ini dikarenakan tingkat kelayakan pada studi kelayakan bisnis jika >3 maka dapat dikatakan layak.

ABSTRACT

This research discusses the market and marketing aspects of the Bengkel Las Bersaudara business. The purpose of this study is to determine the feasibility of market and marketing aspects of the Brothers Welding Workshop business. The research method used is a qualitative method by means of observation. The results in this study indicate that the Bersaudara Welding Workshop is feasible in its market and marketing aspects. This study discusses the market and marketing aspects of the Bersaudara Welding Workshop business. The purpose of this study was to determine the feasibility of market and marketing aspects of the Bersaudara Welding Workshop business. The research method used is a qualitative method by means of observation. The results of this study indicate that the Bersaudara Welding Workshop is feasible in its market and marketing aspects. This business also offers innovative, high quality products and competitive prices and customers can pay a down payment first when ordering products. This strategy can attract customers' interest in buying products and can attract customers to come back to buy. In this research, the results of the analysis carried out at the Brothers Welding Workshop in assessing market and marketing aspects obtained a total score of 21/5 with an average score of 4.2, so the business is feasible. This is because the feasibility level in a business feasibility study is >3 then it can be said to be feasible.

Pendahuluan

Perkembangan dalam dunia bisnis telah mengalami pertumbuhan yang pesat dengan melihat banyak jenis bisnis yang berbeda yang ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Berbisnis dapat menjadi suatu peluang untuk meraih kehidupan yang lebih baik dan aktivitas berbisnis dapat dilakukan siapa saja yang berminat untuk melakukannya. Pada saat ini, jika seseorang mampu menguasai peluang bisnis, maka orang tersebut mampu meraih kesuksesan dari bisnis yang ditekuninya (Yuniar et al., 2022). Dalam bidang ekonomi, setiap bisnis diharuskan untuk terus berkembang sehingga pada tahapan-tahapan tertentu, ekspansi usaha yang melibatkan perbaikan dapat terselesaikan. Akan tetapi setiap perusahaan tidak akan pernah terlepas dari



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

berbagai kendala dalam menjalankan bisnisnya. Untuk menghadapi persaingan, perusahaan perlu mengambil keputusan yang tepat dan memanfaatkan peluang yang ada untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya (Wati & Nugroho, 2024).

Studi kelayakan bisnis adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk menganalisis bahwa sebuah bisnis untuk melihat bisnis tersebut layak atau tidak untuk dijalankan (Arianton et al., 2019). Studi kelayakan bisnis sangat penting dilakukan untuk mengetahui informasi terkait proyek bisnis dimasa mendatang. Sehingga para pihak yang terlibat seperti pelaku usaha dan investor dapat membuat keputusan yang tepat dan mengurangi pihak-pihak yang merasa dirugikan (Qori'Qodratullah & Faiz, 2024). Bengkel Las Bersaudara merupakan usaha pengelasan yang memproduksi beberapa produk berbasis logam seperti pagar, kanopi, dan railing dan lain-lain. Selain itu Bengkel Las Bersaudara juga menyediakan layanan pemasangan produk yang mereka produksi. Usaha Bengkel Las bersaudara ini sudah berdiri sejak 2008 yang merupakan usaha perseorangan. Bengkel Las Bersaudara ini merupakan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang mampu memproduksi 3-4 perminggunya, dengan pengerjaan 2-3 hari untuk satu produk. Bengkel Las Bersaudara ini mampu menghasilkan produk yang inovatif, berkualitas tinggi dan harga yang kompetitif. Sehingga dapat menarik minat konsumen.

Dalam pengembangan usaha ini, diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk menunjang kesuksesan usaha ini dan dikenal oleh seluruh penjuru kota. Bengkel Las Bersaudara menggunakan beberapa strategi dalam mengembangkan usahanya, seperti word to mouth yaitu menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga pelanggan merekomendasikan usaha ini kepada orang lain, Door to Door yaitu dengan mendatangi target pasar dengan mengenalkan bisnis dan meninggalkan kartu nama usaha, melalui social media dengan menggunakan Facebook dan WhatsApp untuk mempromosikan produk. Strategi yang dilakukan mampu mengembangkan usaha yang awalnya hanya diwilayah sekitar hingga sekarang menyebar luas sampai keluar kota. Dalam studi kelayakan bisnis, aspek pasar dan pemasaran sering kali menjadi faktor utama, karena keduanya berpengaruh besar terhadap keberhasilan dan kegagalan dari suatu organisasi dalam menjalankan bisnis. Dari sudut pandang kepraktisan bisnis, hal ini melibatkan pengaturan seluruh kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merancang, menentukan biaya, serta mengembangkan produk yang tepat yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli saat ini dan di masa depan, serta mendukung administrasi yang efektif (Rofa et al., 2021).

Dalam aspek pemasaran pada studi kelayakan bisnis perlu adanya strategi yang efektif agar dapat disimpulkan bisnis tersebut layak atau tidak. Persaingan antar sesama bisnis bengkel las membuat Bengkel Las Bersaudara harus terus mencari strategi dalam pemasaran produk demi kesuksesan bisnisnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara observasi.

Pembahasan

Studi kelayakan bisnis merupakan suatu proses kegiatan mendalam mengenai suatu usaha atau bisnis yang direncanakan, dengan rangka untuk menilai apakah

bisnis tersebut layak atau tidak untuk dijalankan. Seseorang dapat meneliti mengenai data dan informasi yang ada kemudian di analisis dengan menggunakan metode-metode tertentu (Adnyana, 2020). Untuk menilai studi kelayakan bisnis, dapat dilihat dari beberapa aspek, diantaranya aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek lingkungan, aspek sumberdaya manusia, aspek manajemen dan organisasi, aspek teknis dan teknologi, aspek keuangan serta aspek dampak lingkungan. Pada penelitian ini fokus membahas tentang aspek pasar dan pemasaran. Menurut (Sunnyoto, 2014) pemasaran adalah suatu aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk yang mampu memenuhi keinginan konsumen, sekaligus melihat sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menguasai pasar dan strategi apa yang akan diterapkan dimasa yang akan datang untuk mencapai tujuan perusahaan. Terdapat beberapa yang perlu dianalisis dalam aspek pasar dan pemasaran dalam Bengkel Las Bersaudara, diantaranya:

1) Analisis Potensi Pasar

Analisis potensi pasar merupakan sistem yang digunakan dalam sebuah bisnis untuk menilai kapasitas pasar untuk menentukan kelayakan bisnis tersebut. Pasar jasa dan produk Bengkel Las Bersaudara sangat potensial, didukung meningkatnya kebutuhan akan infrastruktur logam seperti pagar, kanopi, dan railing. Riset menunjukkan sebagian besar bengkel las di wilayah ini masih berskala kecil dengan keterbatasan desain dan kapasitas produksi. Dengan keunggulan produk berkualitas, desain fleksibel, dan distribusi efisien, Bengkel Las Bersaudara berpeluang memperluas pangsa pasar.

2) Analisis Pesaingan

Analisis persaingan merupakan strategi bisnis untuk mengidentifikasi peluang, tantangan, ancaman, dan potensi yang ada jika bisnis tersebut dijalankan. Bengkel Las Bersaudara sendiri memiliki beberapa keunggulan dari pesaing, seperti surat izin lengkap, tenaga kerja profesional, dan produk dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Namun, kapasitas produksi terbatas dan lokasi kurang strategis menjadi kelemahan yang memerlukan promosi lebih baik. Peluang besar terlihat dari segmen institusi dan rumah tangga di wilayah yang berkembang dengan potensi perluasan melalui media social. Meski demikian, ancaman datang dari persaingan lokal yang strategis dan fluktuasi harga bahan baku yang dapat meningkatkan biaya produksi.

3) Analisis Strategi Pemasaran untuk mencapai *Market Share*

Dalam melakukan pemasaran, Bengkel Las Bersaudara melakukan promosi langsung kepada target sasaran, seperti melalui word ti mouth, social media, door to door serta media cetak. Strategi ini dilakukan oleh Bengkel Las bersaudara karena target utama mereka adalah segmen insitusi seperti sekolah dan tempat ibadah, masyarakat umum yang membutuhkan produk seperti pagar dan kanopi, serta bisnis kecil yang memerlukan perlengkapan berbasis logam. Selain itu, bisnis ini juga menawarkan produk yang inovatif, berkualitas tinggi dan harga yang kompetitif serta pelanggan dapat membayar uang muka terlebih dahulu ketika memesan produk.

Strategi ini dapat menarik minat pelanggan dalam membeli produk dan dapat menarik pelanggan untuk dapat datang kembali untuk membeli.

Dalam penelitian ini juga menggunakan angket penilaian untuk mengetahui kelayakan bisnis usaha berdasarkan aspek pasar dan pemasaran.

Tabel 1. Angket Penilaian Kelayakan Bisnis Pada Bengkel Las Bersaudara

No	Aspek Penilaian	Evaluasi					Keterangan
		1	2	3	4	5	
1.	Kemampuan mencapai volume penjualan yang menguntungkan				?		Dilihat pesaing menghasilkan 2-3 unit per minggu, dan perusahaan memiliki target yang realistis serta inovasi dalam produk yang menarik pasar. Hal ini memberikan potensi untuk mencapai penjualan yang menguntungkan, meski perlu peningkatan strategi pemasaran untuk menarik lebih banyak konsumen.
2.	Kemampuan menghasilkan produk yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing					?	Produk yang dihasilkan lebih rapi, berkualitas, memiliki berbagai model, dan bisa disesuaikan dengan permintaan konsumen. Ini menunjukkan keunggulan produk dibandingkan pesaing.
3.	Kemampuan menghasilkan produk yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing					?	Sama seperti poin sebelumnya, kualitas produk yang tinggi dan fleksibilitas desain memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan.
4.	Kemampuan mendistribusikan produk lebih efisien dibandingkan pesaing				?		Perusahaan menggunakan transportasi milik sendiri, dan karyawan tinggal di lokasi usaha, sehingga distribusi lebih cepat dan efisien. Jaringan pemasok juga luas, yang mendukung efisiensi distribusi.
5.	Kemampuan mempromosikan produk yang efektif dibanding			?			

	pesaing						
--	---------	--	--	--	--	--	--

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada Bengkel Las Bersaudara dalam menilai aspek pasar dan pemasaran rata rata memperoleh total nilai dari 21/5 dengan hasil nilai rata-rata 4,2, maka bisnis tersebut layak dalam melakukan pemasaran usaha yang dilakukan oleh seseorang. Hal ini dikarenakan tingkat kelayakan pada studi kelayakan bisnis jika >3 maka dapat dikatakan layak.

Daftar Pustaka

- Adnyana, I. M. (2020). *Buku: Studi Kelayakan Bisnis*. repository.unas.ac.id. [http://repository.unas.ac.id/3772/1/BUKU SKB 2020 OK.pdf](http://repository.unas.ac.id/3772/1/BUKU%20SKB%202020%20OK.pdf)
- Arianton, K., Meitriana, M. A., & Haris, I. A. (2019). Studi Kelayakan Usaha Budidaya Rumput Laut Pada Kelompok Bina Karya Di Desa Patas, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*.
- Rofa, I. T., Meilani, A. R., an Hasibu, N. M., & (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of* <https://journal.laaroiba.com/index.php/visa/article/view/945>
- Ningtyas, M. N., & Wafiroh, N. L. (2023). Strategi penguatan keberlangsungan usaha melalui edukasi literasi keuangan: Studi pada sentra industri tempe Sanan. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 19(1), 71-86. <http://repository.uin-malang.ac.id/15797/>
- Qori'Qodratullah, M., & Faiz, M. W. (2024). Analisis studi kelayakan bisnis pada UD Republik Meri dan kripik tempe Azizah Sanan ditinjau dari aspek hukum. *Maliki Interdisciplinary Journal*.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan ke-2. (Center for Academic Publishing. Service), Yogyakarta.
- Wati, W. A., & Nugroho, A. J. (2024). Analisis Kelayakan Usaha Las Teralis Jendela Pada Bengkel Las Kertha Asih Jaya Melalui Penilaian Aspek Finansial. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*.
- Yuniar, V., Bangun, C. F. B., Bugis, S. W., & ... (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe di Desa Pondok Jeruk Ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan *Manageria: Journal of* <https://journal.laaroiba.com/index.php/manageria/article/view/929>