

STRATEGI PENGEMBANGAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA DISTRIBUTOR BAHAN BANGUNAN CV. MAJU MAPAN SEJAHTERA

¹Dwi Puspita, ²Haifa Hannum Arija, ³Eka Kurnia Patmasari

¹²³ Fakultas Ekonomika dan bisnis, Universitas Selamat Sri, Kendal

¹²³alamat email: yunitadwipuspita45@gmail.com, haifahannuma@gmail.com,
kurniaeka1227@gmail.com

ABSTRACT

The growth of the construction sector has increased the demand for building materials and intensified competition among building material distributors. This condition requires companies to implement appropriate business development strategies to remain competitive and improve sales performance. This study aims to identify the strategies applied in the business development of CV. Maju Mapan Sejahtera as a building material distributor in responding to the increasingly competitive business environment in Batang Regency. This research employed a qualitative method with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews and documentation involving the business owner, employees, and retail partners of CV. Maju Mapan Sejahtera. The collected data were analyzed using descriptive qualitative analysis through the SWOT framework to examine internal and external factors affecting the company. The results indicate that the company's main strengths include service quality, competitive pricing, strong business relationships, and a strategic business location. The identified weaknesses are limited product brand variety and the lack of promotional activities. Business opportunities are supported by the continuous growth of construction activities in the region, while the primary threats arise from intense competition and price sensitivity among retail partners. SWOT-based business development strategies are essential to enhance competitiveness and ensure business sustainability.

Keywords: Strategy, Business Development, Building Material Distributor, SWOT

ABSTRAK

Pertumbuhan sektor konstruksi mendorong peningkatan kebutuhan material bangunan dan memperketat persaingan antar distributor bahan bangunan. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk memiliki strategi pengembangan usaha yang tepat agar mampu bertahan dan meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang diterapkan dalam pengembangan usaha distributor bahan bangunan CV. Maju Mapan Sejahtera dalam menghadapi dinamika lingkungan usaha dan persaingan yang semakin ketat di Kabupaten Batang. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi dengan informan yang meliputi pemilik usaha, karyawan, dan retail partner binaan CV. Maju Mapan Sejahtera. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama perusahaan terletak pada kualitas pelayanan, harga yang kompetitif, jaringan relasi, serta lokasi usaha yang strategis. Kelemahan perusahaan meliputi keterbatasan variasi merek dan minimnya kegiatan promosi. Peluang usaha didukung oleh meningkatnya aktivitas pembangunan di wilayah Batang, sedangkan ancaman utama berasal dari persaingan usaha yang semakin ketat dan sensitivitas harga retail partner. Strategi pengembangan usaha berbasis SWOT diperlukan agar perusahaan mampu mempertahankan keberlanjutan dan daya saing usaha.

Kata kunci: Strategi, Pengembangan Usaha, Distributor Bahan Bangunan, SWOT.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan aktivitas konstruksi berperan besar dalam meningkatkan kebutuhan material bangunan, baik pada proyek infrastruktur maupun pembangunan perumahan dan

bangunan komersial (Gunawan, 2024). Data statistik resmi menunjukkan sektor konstruksi tetap menjadi salah satu penopang aktivitas ekonomi dan menjadi indikator penting yang berkorelasi dengan pergerakan permintaan bahan bangunan. Publikasi statistik konstruksi nasional menyediakan ringkasan data terkait nilai konstruksi, indeks harga bahan bangunan/konstruksi, dan indikator lain yang relevan untuk membaca arah pasar material bangunan (Direktorat Statistik Industri, 2023).

Rantai pasok industri konstruksi memerlukan dukungan saluran distribusi yang efisien agar material tersedia tepat waktu dan tepat jumlah (Hartono et al., 2024). Literatur manajemen rantai pasok konstruksi menekankan pentingnya koordinasi pemasok–distributor–pelanggan untuk mengurangi ketidakpastian pasokan, mengurangi keterlambatan, dan meningkatkan kinerja layanan (Akmal, 2019; Serang et al., 2026). Kajian sistematis tentang construction supply chain menjelaskan bahwa integrasi informasi dan koordinasi antar pelaku rantai pasok menjadi faktor penting bagi efektivitas operasional pada industri konstruksi (Wangsa & Leo, 2025).

Tantangan operasional distributor material bangunan semakin meningkat ketika terjadi gangguan pasokan dan fluktuasi permintaan (Santhi & Muthuswamy, 2022). Studi terbaru tentang gangguan rantai pasok konstruksi menunjukkan bahwa kondisi seperti pandemi dan disrupsi logistik dapat memicu keterlambatan pasokan, ketidakstabilan ketersediaan material, serta peningkatan biaya. Situasi tersebut mendorong perusahaan distributor untuk memperkuat strategi persediaan, ketahanan pasokan, dan ketepatan distribusi agar tidak kehilangan pelanggan (Santhi & Muthuswamy, 2022).

Strategi pengembangan usaha diperlukan agar perusahaan mampu mempertahankan posisi kompetitif sekaligus meningkatkan penjualan. Analisis lingkungan internal dan eksternal menjadi fondasi perumusan strategi karena perusahaan perlu memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara terukur. Analisis SWOT sering digunakan dalam penelitian manajemen strategis untuk memetakan posisi usaha dan menghasilkan alternatif strategi yang realistis, terutama pada konteks usaha yang menghadapi persaingan dan perubahan pasar (Simamora & Hidayat, 2024).

Kualitas layanan berkontribusi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, terutama pada bisnis ritel dan distribusi yang berinteraksi langsung dengan pembeli/mitra. Temuan empiris pada riset kualitas layanan menunjukkan dimensi layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga aspek pelayanan menjadi variabel strategis yang relevan ketika tujuan perusahaan adalah meningkatkan penjualan dan mempertahankan relasi pelanggan (Candra Irawan & Wabiser, 2025).

Kajian penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa SWOT efektif digunakan untuk menyusun strategi pemasaran dan pengembangan usaha, terutama pada konteks usaha kecil/ menengah atau bisnis yang menghadapi persaingan ketat (Wilujeng et al., 2024). Beberapa studi menunjukkan bahwa SWOT membantu organisasi mengidentifikasi faktor internal–eksternal sebagai dasar perumusan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran (Jannah et al., 2024; Rahmatika et al., 2024). Penelitian terkait ketahanan dan kinerja organisasi pada sektor konstruksi juga menegaskan bahwa strategi kompetitif berperan dalam menjembatani kapabilitas organisasi dengan kinerja (Farida & Setiawan, 2022).

CV. Maju Mapan Sejahtera merupakan distributor bahan bangunan yang beroperasi di Kabupaten Batang dan melayani retail partner dengan kebutuhan material yang beragam. Dinamika persaingan distributor sejenis, fluktuasi permintaan, keterbatasan merek tertentu, dan kebutuhan menjaga layanan serta harga kompetitif menjadikan perusahaan perlu mengevaluasi strategi pengembangan usaha secara lebih sistematis. Analisis berbasis SWOT dapat digunakan untuk memetakan kondisi internal dan eksternal perusahaan, lalu merumuskan strategi yang paling relevan untuk meningkatkan penjualan dan menjaga keberlanjutan usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang diterapkan dalam pengembangan usaha distributor bahan bangunan CV. Maju Mapan Sejahtera dalam menghadapi dinamika lingkungan usaha dan persaingan yang semakin ketat di Kabupaten Batang. Penelitian ini diarahkan untuk memperoleh pemahaman mengenai upaya

perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha melalui penerapan strategi yang berkaitan dengan pengelolaan internal perusahaan serta respons terhadap faktor eksternal yang memengaruhi kegiatan distribusi bahan bangunan.

LANDASAN TEORI

Strategi

Strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi serta mempertahankan keunggulan bersaing. Strategi berfungsi sebagai pedoman bagi perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya dan menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan usaha. Dalam konteks manajemen strategis, strategi mencakup proses perumusan, implementasi, dan evaluasi keputusan lintas fungsi yang memengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan (David & David, 2016).

Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan proses terencana yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kapasitas, kinerja, dan daya saing melalui berbagai upaya seperti peningkatan pelayanan, pengelolaan operasional yang lebih efektif, serta perluasan pasar. Pengembangan usaha bertujuan untuk menjaga keberlanjutan perusahaan dalam menghadapi persaingan dan dinamika lingkungan bisnis. Upaya pengembangan usaha perlu disesuaikan dengan kondisi internal perusahaan dan peluang pasar yang tersedia (Rangkuti, 2019).

Penjualan

Penjualan merupakan aktivitas utama perusahaan dalam menghasilkan pendapatan melalui pertukaran barang atau jasa dengan konsumen. Tingkat penjualan mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar dan mempertahankan kepercayaan pelanggan. Peningkatan penjualan dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kualitas produk, harga, pelayanan, serta efektivitas distribusi. Penjualan yang stabil dan meningkat menjadi indikator penting keberlangsungan usaha perusahaan (Kotler et al., 2019).

Distributor dan Saluran Distribusi

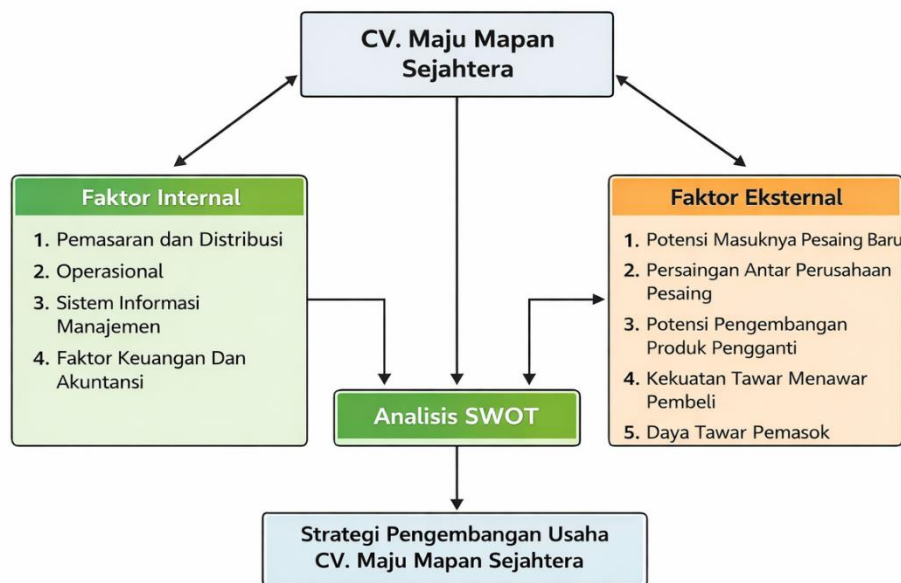
Distributor merupakan pihak yang berperan sebagai perantara antara produsen dan konsumen dalam menyalurkan produk ke pasar. Saluran distribusi berfungsi untuk memastikan ketersediaan produk pada waktu, tempat, dan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Efektivitas distribusi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kelancaran operasional, serta kemampuan perusahaan dalam bersaing di pasar. Pada industri bahan bangunan, peran distributor sangat penting karena berkaitan dengan pengelolaan stok dan ketepatan pengiriman (Tjiptono, 2020).

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Analisis ini membantu perusahaan dalam memahami kondisi aktual yang dihadapi dan merumuskan strategi yang sesuai. SWOT digunakan secara luas dalam penelitian manajemen strategis karena mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan (Benzaghta et al., 2021).

Kerangka Berpikir

Adapun kerangka pemikiran dalam pengembangan strategi kewirausahaan pada CV. Maju Mapan Sejahtera dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan komprehensif mengenai strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh distributor bahan bangunan CV. Maju Mapan Sejahtera dalam menghadapi persaingan usaha di Kabupaten Batang. Pendekatan studi kasus digunakan karena penelitian difokuskan pada satu objek penelitian secara spesifik, sehingga memungkinkan peneliti untuk menggali fenomena yang terjadi secara lebih rinci sesuai dengan kondisi nyata di lapangan (Septiana et al., 2024).

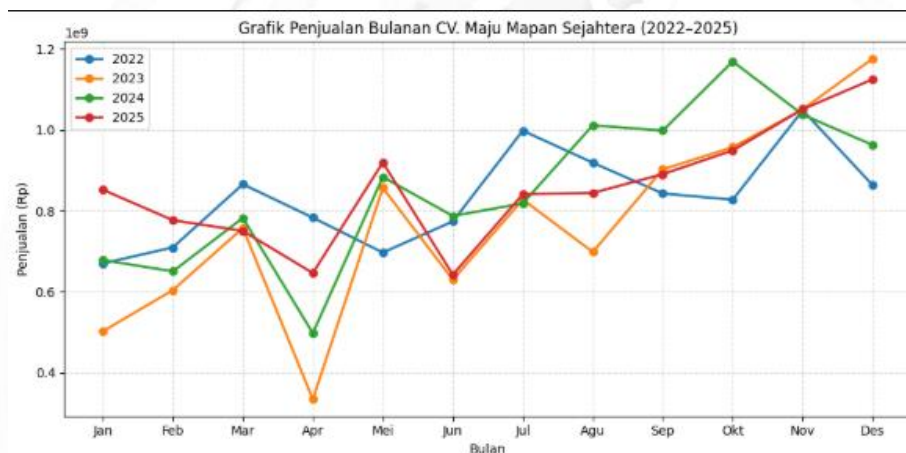
Proses penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan, dimulai dari pengumpulan data, pengolahan data, hingga penarikan kesimpulan. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan objek penelitian (Hinkin et al., 1997). Informan penelitian meliputi pemilik CV. Maju Mapan Sejahtera, karyawan perusahaan, serta retail partner binaan CV. Maju Mapan Sejahtera. Pemilihan informan tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa masing-masing pihak memiliki peran dan sudut pandang yang berbeda dalam menggambarkan kondisi internal perusahaan, kualitas pelayanan, serta dinamika hubungan bisnis dengan mitra.

Teknik dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi hasil wawancara, berupa data penjualan, arsip perusahaan, serta dokumen lain yang berkaitan dengan aktivitas operasional dan pengembangan usaha CV. Maju Mapan Sejahtera. Data yang telah diperoleh selanjutnya dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan mengaitkan temuan lapangan terhadap konsep dan teori yang relevan. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan yang kemudian dipetakan ke dalam analisis SWOT guna merumuskan strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan kondisi perusahaan (Hinkin et al., 1997).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara singkat dan jelas uraikan hasil yang diperoleh dan dilengkapi dengan pembahasan yang mengupas tentang hasil yang telah didapatkan dengan teori pendukung yang digunakan, atau hipotesis diajukan dan hasil pengujian hipotesis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Andrianto Pranoto selaku pemilik CV. Maju Mapan Sejahtera serta didukung oleh keterangan dari karyawan, yaitu Naffa Putri Muktiasih dan Nur Khofifah Hawatik, dapat diketahui bahwa pemilihan usaha distributor bahan bangunan didasarkan pada tingginya permintaan pasar serta karakteristik produk yang tidak memiliki batas waktu kedaluwarsa, sehingga dinilai memiliki prospek usaha jangka panjang. (Andrianto Pranoto, wawancara, 2025) Pemilihan lokasi usaha yang berada di jalur jalan utama juga menjadi faktor strategis karena memudahkan akses bagi konsumen, mitra pemasok, serta mendukung kelancaran kegiatan distribusi. Kondisi ini selaras dengan temuan karyawan yang menyatakan bahwa aktivitas operasional distributor berjalan relatif stabil, meskipun tingkat keramaian dapat mengalami fluktuasi pada waktu-waktu tertentu sesuai dengan dinamika permintaan pasar. Berikut Adalah grafik dari data penjualan Cv. Maju Mapan Sejahtera pada tahun 2022 – 2025



Gambar 2: data penjualan Cv. Maju Mapan Sejahtera pada tahun 2022 – 2025

Data penjualan CV. Maju Mapan Sejahtera menunjukkan adanya fluktuasi kinerja dari tahun ke tahun. Pada tahun 2023, perusahaan mengalami penurunan omzet yang dipengaruhi oleh kondisi pasar bahan bangunan. Namun, pada tahun 2024 terjadi pemulihan penjualan yang berlanjut hingga tahun 2025, di mana perusahaan mencatat kinerja penjualan terbaik selama periode pengamatan.

Selain itu, penjualan cenderung meningkat pada akhir tahun, khususnya pada periode Oktober hingga Desember, yang mengindikasikan adanya pola musiman dalam industri bahan bangunan. Berdasarkan tren tersebut, dapat disimpulkan bahwa CV. Maju Mapan Sejahtera mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan memiliki prospek usaha yang baik, tercermin dari peningkatan omzet pada tahun 2024 dan 2025.

Usaha ini telah beroperasi selama kurang lebih 25 tahun dan mampu bertahan hingga saat ini karena kemampuan perusahaan dalam memahami kondisi pasar serta menerapkan pengelolaan keuangan dan persediaan barang secara efektif. Dalam menghadapi persaingan usaha, perusahaan menerapkan berbagai upaya peningkatan penjualan sebagai bagian dari kebijakan internal, dengan fokus pada pengamatan harga pasar dan pengelolaan produk agar tetap kompetitif. Hal ini diperkuat oleh keterangan karyawan bahwa penetapan harga tidak sepenuhnya ditentukan oleh karyawan, melainkan telah ditetapkan batasan harga oleh perusahaan dan memerlukan persetujuan pimpinan apabila terdapat permintaan penawaran khusus dari retail partner. Kebijakan tersebut menunjukkan adanya pengendalian manajemen dalam menjaga stabilitas harga dan keberlanjutan usaha.

Terkait pengelolaan persediaan, perusahaan menghadapi kendala utama pada aspek keuangan dan pengendalian stok barang. Pada awal menjalankan usaha, pengelolaan keuangan hanya difokuskan pada penyusunan laporan laba rugi. Namun seiring berjalannya waktu, perusahaan menyadari pentingnya pembagian laba untuk penambahan modal usaha, penyediaan dana cadangan, serta tabungan perusahaan. Selain itu, perusahaan juga melakukan pengendalian persediaan dengan membedakan produk yang memiliki tingkat permintaan tinggi dan rendah agar tidak terjadi kekosongan maupun penumpukan stok. Karyawan turut menyampaikan bahwa retail partner tidak selalu memperoleh barang sesuai dengan merek yang diinginkan, sehingga dalam beberapa kondisi perusahaan menawarkan alternatif produk sejenis sebagai upaya mempertahankan pelayanan kepada mitra.

Dari sisi pelayanan dan fasilitas kerja, baik pemilik maupun karyawan menyatakan bahwa perusahaan tidak membedakan perlakuan antara retail partner binaan baru maupun lama, karena seluruh mitra diperlakukan secara setara. Penanganan komplain dari retail partner tergolong jarang terjadi dan umumnya berkaitan dengan ketidaksesuaian barang, dengan prosedur penanganan yang jelas, seperti kewajiban menunjukkan nota pembelian dan pengembalian barang dalam kondisi tidak rusak. Selain itu, fasilitas kerja yang tersedia dinilai sangat membantu dan mendukung kelancaran kegiatan operasional sehari-hari, serta mengalami peningkatan dibandingkan dengan periode sebelumnya.

Dalam hal sumber daya manusia, pemilik usaha menerapkan pendekatan yang adil kepada seluruh karyawan dengan menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, terbuka terhadap masukan, serta memberikan penghargaan atas kontribusi karyawan. Hal ini sejalan dengan pernyataan karyawan yang telah bekerja selama 7 hingga 10 tahun, yang menyebutkan bahwa kenyamanan lingkungan kerja, kedekatan lokasi tempat kerja dengan tempat tinggal, serta sikap pimpinan yang ramah dan komunikatif menjadi alasan utama mereka bertahan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya hubungan kerja yang harmonis dan berkontribusi terhadap stabilitas sumber daya manusia di perusahaan.

Selama menjalankan usahanya, CV. Maju Mapan Sejahtera telah mencapai berbagai pencapaian, antara lain bertambahnya jumlah karyawan, meluasnya jangkauan pemasaran hingga ke wilayah Kabupaten Kendal dan sekitarnya, serta berkembangnya sarana dan prasarana usaha. Perusahaan yang sebelumnya hanya memiliki satu gudang pusat kini telah memiliki dua gudang cabang serta kantor di pusat dan cabang yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung untuk menunjang kelancaran operasional. Terkait ketersediaan barang, perusahaan menyesuaikan persediaan dengan permintaan pasar yang bersifat fluktuatif, di mana produk dengan permintaan tinggi dapat habis dalam waktu relatif singkat, sementara produk dengan permintaan rendah dijaga dalam jumlah terbatas dengan tetap melakukan pemesanan ulang ketika stok mulai menipis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah retail partner binaan dari CV. Maju Mapan Sejahtera, diketahui bahwa pelayanan yang diberikan tergolong baik sehingga membuat konsumen merasa nyaman saat berbelanja. Meskipun variasi merek produk yang tersedia relatif terbatas, perusahaan masih menyediakan jenis barang yang sama dengan merek yang berbeda sebagai alternatif pilihan. Namun, pada kondisi tertentu, khususnya ketika jumlah pengunjung sangat ramai, kualitas pelayanan terkadang kurang optimal. Harga yang ditawarkan relatif sebanding dengan distributor lain, dengan keunggulan tambahan berupa fleksibilitas harga melalui sistem tawar-menawar. Lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau serta ketersediaan lahan parkir yang cukup luas memberikan kemudahan bagi retail partner dan mitra pemasok dalam memarkirkan kendaraan. Adapun kelemahan yang dirasakan konsumen meliputi keterbatasan variasi merek produk, tidak adanya kegiatan promosi. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi perusahaan meliputi pemilihan lokasi yang strategis dan mudah diakses, penyediaan fasilitas parkir yang memadai, penetapan harga yang relatif terjangkau dan dapat dinegosiasikan, serta ketersediaan barang yang cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan hasil reduksi data menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha distributor bahan bangunan CV. Maju Mapan Sejahtera memiliki sejumlah kekuatan, di antaranya pelayanan yang optimal sehingga menciptakan kenyamanan bagi konsumen, lokasi usaha yang mudah dijangkau, serta ketersediaan lahan parkir yang cukup memadai. Adapun kelemahan yang dimiliki meliputi keterbatasan komunikasi serta terbatasnya variasi merek produk, sehingga belum sepenuhnya mampu memenuhi seluruh kebutuhan dan preferensi konsumen. Selain itu, pada saat kondisi toko sedang ramai, kualitas pelayanan cenderung menurun. Dalam hal keterlambatan pengiriman barang, pihak karyawan selalu memberikan konfirmasi terlebih dahulu kepada konsumen agar dapat dipahami. Perkembangan pembangunan yang terus berlangsung hingga saat ini menjadi peluang besar bagi usaha distributor bahan bangunan untuk memenuhi kebutuhan material konstruksi. Sementara itu, ancaman utama yang dihadapi usaha dagang, khususnya distributor bahan bangunan, adalah munculnya usaha sejenis dengan persaingan harga yang semakin ketat di pasar dalam upaya mempertahankan retail partner binaan tetap (David & David, 2016; Rangkuti, 2019).

Analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh CV. Maju Mapan Sejahtera dilakukan berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan pemilik usaha, karyawan, serta retail partner binaan. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian kualitatif yang menekankan pemahaman konteks dan makna fenomena berdasarkan perspektif para pelaku yang terlibat langsung dalam aktivitas usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu kekuatan utama CV. Maju Mapan Sejahtera terletak pada kualitas pelayanan yang dinilai baik oleh retail partner. Pelayanan yang responsif, perlakuan yang setara antara mitra lama dan baru, serta komunikasi yang terbuka terbukti mampu meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan konsumen. Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan, terutama pada bisnis distribusi yang mengandalkan hubungan jangka panjang dengan mitra usaha (Kotler et al., 2019). Selain itu, penetapan harga yang kompetitif menjadi daya tarik utama bagi retailer dalam melakukan pembelian ulang, mengingat sensitivitas harga yang tinggi pada sektor perdagangan bahan bangunan.

Jaringan relasi yang dimiliki perusahaan juga menjadi kekuatan strategis dalam menjaga ketersediaan barang dan kelancaran distribusi. Hubungan baik dengan pemasok dan mitra usaha memungkinkan perusahaan untuk mengantisipasi keterbatasan stok dan menyesuaikan pasokan sesuai dengan kebutuhan pasar. Kondisi ini mendukung pandangan bahwa jaringan bisnis dan kerja sama antar pelaku rantai pasok merupakan faktor penting dalam meningkatkan efisiensi distribusi dan daya saing perusahaan (Wheelen & Hunger, 2011). Lokasi usaha yang strategis serta tersedianya lahan parkir yang memadai turut memperkuat posisi perusahaan, mengingat aktivitas distribusi bahan bangunan melibatkan kendaraan besar seperti truk dan trailer yang membutuhkan akses dan ruang parkir yang luas.

Di balik berbagai kekuatan tersebut, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah kelemahan yang perlu mendapat perhatian. Keterbatasan variasi merek tertentu menjadi kendala dalam memenuhi seluruh preferensi konsumen, terutama ketika konsumen memiliki loyalitas terhadap merek tertentu. Kondisi ini menunjukkan adanya keterbatasan perusahaan dalam menyesuaikan portofolio produk dengan dinamika pasar. Kelemahan tersebut sejalan dengan konsep kelemahan internal dalam analisis SWOT, yaitu faktor internal yang dapat menghambat pencapaian tujuan perusahaan apabila tidak dikelola dengan baik (Rangkuti, 2019). Kesulitan dalam menentukan merek yang paling diminati konsumen juga menunjukkan perlunya penguatan analisis pasar agar keputusan pengadaan produk dapat lebih tepat sasaran.

Analisis peluang menunjukkan bahwa meningkatnya aktivitas pembangunan di Kabupaten Batang menjadi peluang yang signifikan bagi pengembangan usaha CV. Maju Mapan Sejahtera. Pembangunan gedung baru maupun renovasi bangunan lama menciptakan permintaan bahan bangunan yang relatif berkelanjutan. Kondisi ini

mendukung pandangan bahwa pertumbuhan sektor konstruksi memberikan peluang pasar yang luas bagi distributor bahan bangunan, terutama bagi perusahaan yang mampu menjaga ketersediaan stok dan kualitas pelayanan (Direktorat Statistik Industri, 2023).

Ancaman utama yang dihadapi perusahaan berasal dari semakin ketatnya persaingan usaha antar distributor bahan bangunan. Munculnya pelaku usaha sejenis dengan strategi harga yang lebih agresif berpotensi memengaruhi loyalitas retailer. Temuan ini diperkuat oleh pernyataan salah satu retail partner yang menyebutkan bahwa harga menjadi pertimbangan utama dalam menentukan pilihan berbelanja, khususnya saat melakukan pengadaan ulang dalam jumlah besar. Kondisi tersebut sejalan dengan teori ancaman dalam analisis SWOT yang menyatakan bahwa tekanan persaingan dan sensitivitas harga konsumen dapat mengurangi pangsa pasar apabila perusahaan tidak memiliki strategi pembeda yang kuat (David & David, 2016). Minimnya kegiatan promosi juga menjadi faktor yang dapat memperbesar ancaman persaingan karena perusahaan kurang dikenal oleh calon konsumen baru.

Penjelasan diatas menunjukkan bahwa CV. Maju Mapan Sejahtera memiliki kekuatan internal yang cukup solid, terutama pada aspek pelayanan, harga, dan lokasi usaha. Kelemahan yang ada masih bersifat dapat diperbaiki melalui penguatan analisis pasar dan pengelolaan produk. Peluang pasar yang besar perlu diimbangi dengan strategi yang tepat untuk menghadapi ancaman persaingan. Oleh karena itu, hasil analisis SWOT ini menjadi dasar penting bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha agar mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan di tengah persaingan distributor bahan bangunan yang semakin kompetitif.

Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
1. Pelayanan yang diberikan berjalan dengan baik sehingga mampu menarik dan mempertahankan pelanggan. 2. Lokasi usaha mudah dijangkau serta didukung oleh area parkir yang cukup luas. 3. Perusahaan memberikan pemberitahuan kepada konsumen apabila terjadi keterlambatan pengiriman barang. 4. Memiliki jaringan dan hubungan kerja sama yang mendukung kelancaran operasional usaha.	1. Variasi merek produk yang tersedia masih terbatas. 2. Kemampuan bahasa karyawan belum sepenuhnya memadai dalam melayani konsumen tertentu. 3. Kegiatan promosi usaha masih belum dilakukan secara maksimal.
Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
1. Potensi pasar masih terbuka luas untuk terus dikembangkan. 2. Ketersediaan stok barang relatif mencukupi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. 3. Sistem penetapan harga yang fleksibel memungkinkan terjadinya proses tawar-menawar dengan konsumen.	Munculnya pelaku usaha baru pada bidang yang sama sehingga meningkatkan tingkat persaingan usaha.

Berdasarkan hasil analisis terhadap faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh CV. Maju Mapan Sejahtera sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, dapat diidentifikasi beberapa strategi yang selama ini diterapkan oleh perusahaan, antara lain:

1. Penerapan pelayanan yang maksimal mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian, baik melalui cara melayani, menawarkan produk, maupun penetapan harga. Selain itu, perusahaan juga memberikan pemberitahuan kepada konsumen apabila terjadi keterlambatan dalam pengiriman barang.
2. Faktor lokasi turut menunjang keberlangsungan usaha, karena berada di tepi jalan utama yang mudah dijangkau serta dilengkapi dengan area parkir yang memadai sehingga memungkinkan kendaraan roda empat atau lebih untuk masuk.
3. Jaringan relasi yang dimiliki perusahaan menjadi faktor pendukung operasional, khususnya ketika stok barang tidak mampu memenuhi kebutuhan retailer, di mana relasi tersebut dapat membantu penyediaan barang sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui bersama.
4. Pengelolaan keuangan menjadi aspek yang sangat sensitif dalam menjalankan usaha. Keuntungan yang diperoleh tidak sepenuhnya digunakan sebagai tambahan modal, melainkan dialokasikan ke dalam tiga pos, yaitu penambahan modal, tabungan usaha, dan dana Cadangan perusahaan. Kebijakan ini dilakukan sebagai langkah antisipasi terhadap kondisi tidak terduga, seperti yang pernah terjadi pada masa pandemi COVID-19.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa CV. Maju Mapan Sejahtera adalah distributor bahan bangunan yang menyediakan berbagai material dan perlengkapan konstruksi. Meskipun bukan satu-satunya distributor di wilayah Batang perusahaan ini berhasil bertahan dan bersaing sejak tahun 1998 hingga sekarang. Kekuatan utama perusahaan terletak pada pelayanan yang maksimal, ketersediaan stok barang, serta harga yang kompetitif di pasaran. Namun, terdapat beberapa kelemahan yang tidak bisa diabaikan, seperti keterbatasan dalam minimnya promosi, yang menjadi kendala dalam pengembangan usaha. Peluang besar yang mendukung kelangsungan usaha ini terlihat dari banyaknya pembangunan berkelanjutan, baik rumah tinggal maupun ruko yang akan digunakan untuk usaha. Karena bukan satu-satunya distributor bahan bangunan di Kabupaten Batang, persaingan yang ketat menjadi tantangan yang harus dihadapi. Oleh karena itu, perusahaan perlu merancang dan menerapkan strategi yang tepat agar dapat terus berkembang, maju, dan bertahan hingga saat ini.

Peneliti memberikan beberapa saran untuk distributor bahan bangunan CV. Maju Mapan Sejahtera, yaitu: perlu diterapkan berbagai strategi pengembangan usaha agar dapat terus maju, seperti membuka cabang baru atau membangun gudang untuk menampung lebih banyak merek dagang. Promosi juga harus mulai dilakukan sebagai langkah awal untuk menghadapi persaingan dari kompetitor lama maupun pendatang baru, guna mempertahankan eksistensi perusahaan yang telah berjalan selama 25 tahun. Promosi ini penting untuk menarik lebih banyak pelanggan baru. Selain itu, perusahaan harus mempertahankan pelayanan optimal yang selama ini sudah dijalankan dan menjaga hubungan baik agar kerjasama dapat berlangsung dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, S. (2019). Integrasi Manajemen Rantai Pasok dan Total Kualitas Manajemen dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)*, 2(4), 344–353. <https://doi.org/10.32734/EE.V2I4.690>
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT Analysis Applications: An Integrative Literature Review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55–73. <https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>
- Candra Irawan, I., & Wabiser, K. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Ritel Modern di Nabire Dimediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 14(1), 74–83. <https://doi.org/10.31959/JM.V14I1.2752>
- David, F. R., & David, F. R. (2016). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts*. Pearson Education.
- Direktorat Statistik Industri. (2023). *Konstruksi Dalam Angka*.
- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 163. <https://doi.org/10.3390/JOITMC8030163>
- Gunawan, R. (2024). Material Konstruksi Berkelanjutan: Tinjauan Komprehensif Tentang Rekayasa Dan Aplikasi . *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(1), 849–854. <https://doi.org/10.31004/JRPP.V7I1.24762>
- Hartono, W., Hartanto, A., & Handayani, D. (2024). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Rantai Pasok Material Proyek Pembangunan Gedung Di Kota Surakarta. *Jurnal Arsip Rekayasa Sipil Dan Perencanaan*, 7(3), 179–194. <https://doi.org/10.24815/JARSP.V7I3.30487>
- Hinkin, T. R., Tracey, J. B., & Enz, C. A. (1997). Scale construction: Developing reliable and valid measurement instruments. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 21(1), 100–120. <https://doi.org/10.1177/109634809702100108>
- Jannah, M., Faizah, A. N., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Pentingnya Analisis Swot dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis. *IJESPG (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)*, 2(2), 9–17. <https://doi.org/10.26638/IJESPG.113>
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Pearson UK.
- Rahmatika, M., Muharia, Salsabila, T., & Sanjaya, V. F. (2024). Analisis Swot Dalam Pengembangan Strategi Pemasaran Pada Produk Fashion Toko Zelora Lampung . *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 35(3), 213–234. <https://doi.org/10.53916/JAM.V35I3.146>
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Santhi, A. R., & Muthuswamy, P. (2022). Pandemic, War, Natural Calamities, and Sustainability: Industry 4.0 Technologies to Overcome Traditional and Contemporary Supply Chain Challenges. *Logistics* 2022, Vol. 6, 6(4). <https://doi.org/10.3390/LOGISTICS6040081>
- Septiana, N. N., Khoiriyah, Z., & Shaleh. (2024). Metode Penelitian Studi Kasus Dalam Pendekatan Kualitatif . *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 10(04), 233–243. <https://doi.org/10.36989/DIDAKTIK.V10I04.5181>
- Serang, S., Suriyanti, A. Z., & Ramadani, I. (2026). Pengaruh Integrasi Manajemen Rantai Pasok terhadap Kinerja Operasional dan Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Journal of Innovative and Creativity*, 6(1), 3222–3228. <https://doi.org/10.31004/JOECY.V6I1.6881>
- Simamora, I. B., & Hidayat, A. M. (2024). Usulan Strategi Bisnis untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Usaha Pada Startup Prove Fragrance dengan Menggunakan

- Metode SWOT. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 3150–3163.
<https://doi.org/10.47467/ELMAL.V5I5.1865>
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran, Prinsip Dan Penerapan*. Andi Offset.
- Wangsa, Y. A., & Leo, A. (2025). Analisa dan Perancangan Supply Chain Management pada Produk Bahan Bangunan Berbasis WEB. *Bit-Tech*, 7(3), 696–704.
<https://doi.org/10.32877/BT.V7I3.1756>
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2011). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability*. Pearson Education.
- Wilujeng, M. N. G., Desitama, F. S., Siswahyudianto, & Sari, N. R. (2024). Analisis Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT pada Rumah Makan Griyo Semar Mesem. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 2652–2670.
<https://doi.org/10.47467/ELMAL.V5I4.1251>

