



ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ALAT BERAT MELALUI MINING EXPO 2024 (STUDI KASUS PT.HAYYU PRATAMA DEALER)

Erna, Ummi Nadroh

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Mulawarman

Abstrak

Potensi pasar alat berat di Indonesia terus berkembang seiring dengan berbagai inisiatif pemerintah dalam pembangunan infrastruktur, seperti proyek perbaikan jalan, jembatan, pasar tradisional, dan fasilitas umum lainnya. Selain itu, sektor-sektor seperti pertambangan, kehutanan, pertanian, perkebunan, serta industri yang semakin maju turut berkontribusi pada meningkatnya kebutuhan alat berat, di mana sektor pertambangan menjadi salah satu penyumbang terbesar dalam permintaan tersebut. Pada penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pemasaran yang optimal bagi PT.Hayyu Pratama Dealer melalui penerapan analisis SWOT. Strategi ini diharapkan dapat mendukung keikutsertaan perusahaan dalam pameran Mining Expo 2024 yang diadakan di JIExpo Kemayoran, Jakarta, pada 11–14 September 2024.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Promosi, Alat Berat, Pameran, Mining Expo 2024.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang semakin pesat mengiringi kegiatan ekonomi yang semakin berkembang. Perkembangan ekonomi tersebut menyebabkan munculnya kebutuhan-kebutuhan ekonomi yang harus terpenuhi. Banyak perusahaan – perusahaan yang bergerak dalam berbagai bidang dan perkembangan di berbagai sektor usaha membuat setiap

perusahaan harus melakukan pengembangan atau perluasan usaha, guna memenuhi kebutuhan ekonomi tersebut. Pengembangan dan perluasan usaha tersebut dalam upaya untuk bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang baru atau perusahaan yang sudah berkembang serta memenuhi kebutuhan para konsumen atau pengguna jasa atau produk perusahaan itu sendiri. Banyak

*Correspondence Address : ernanurdin2404@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v12i5.2025. 2109-2113

© 2025UM-Tapsel Press

cara yang ditempuh oleh perusahaan guna memenuhi kebutuhan pasar. Salah satunya dengan upaya dalam perluasan dan pengembangan usaha adalah jalan penambahan sarana dan prasarana yang secara langsung atau tidak langsung mendukung proses usaha sendiri.

Industri alat berat memiliki peran penting dalam mendukung berbagai sektor, seperti pertambangan, konstruksi, dan infrastruktur. Samarinda, sebagai salah satu wilayah strategis di Indonesia dengan aktivitas pertambangan yang tinggi, menjadi pasar potensial bagi pengembangan produk alat berat. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus mampu menyusun strategi pengembangan produk yang efektif untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memperkuat posisi bisnis. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), yang berfungsi untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal perusahaan guna merancang strategi yang relevan.

Mining Expo 2024, sebagai ajang pameran pertambangan berskala nasional, menawarkan peluang besar bagi perusahaan alat berat untuk memamerkan produk unggulan mereka dan memperluas jaringan bisnis. PT. Hayyu Pratama Dealer, sebagai salah satu pemain di industri ini, berupaya memanfaatkan momentum tersebut untuk memperkenalkan inovasi produk dan meningkatkan daya saing. Melalui kombinasi analisis SWOT dan keikutsertaan dalam Mining Expo 2024, perusahaan dapat mengidentifikasi strategi pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar di Samarinda. Namun, untuk dapat bersaing dan menarik perhatian konsumen, perusahaan perlu lebih dari sekedar mengikuti acara, mereka harus dapat menonjolkan keunggulan produk mereka yang merupakan elemen kunci

dalam memenangkan hati konsumen dan meningkatkan penjualan.

Keunggulan produk dapat beragam, mulai dari kualitas produk, inovasi, hingga nilai tambah yang tidak dimiliki oleh pesaing. Penekanan pada keunggulan produk dalam konteks expo sangat penting. Melalui pergelaran Expo dapat memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk mendemostrasikan produk mereka secara langsung, memberikan pengalaman nyata kepada pengunjung tentang manfaat dan fitur keunggulan yang mereka tawarkan. Dengan menggunakan strategi pemasaran yang efektif, perusahaan dapat memaksimalkan manfaat ini untuk membangun persepsi positif terhadap merek dan meningkatkan konversi penjualan (Kotler & Keller, 2016). Namun, meskipun Expo menawarkan banyak peluang, tidak semua perusahaan dapat memaksimalkan potensi ini. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana mengkomunikasikan keunggulan produk secara efektif kepada audiens yang beragam, baik dalam hal kebutuhan, pengetahuan, dan ekspektasi (Blythe, 2009). Banyak perusahaan gagal menyusun pesan pemasaran yang tepat atau kurang efektif dalam mendemostrasikan produk di hadapan pengunjung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi strategi pemasaran yang efektif dalam menonjolkan keunggulan produk dengan menganalisis pengembangan produk alat berat PT. Hayyu Pratama Dealer menggunakan pendekatan SWOT dalam konteks Mining Expo 2024. Fokus penelitian ini adalah pada cara perusahaan dapat mengkomunikasikan keunggulan produk mereka secara lebih efektif, baik melalui presentasi langsung, penggunaan teknologi, dan perencanaan secara matang. Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam membantu perusahaan merancang

kebijakan yang efektif, serta menjadi referensi untuk pengembangan produk alat berat di masa depan.

METODE PENELITIAN

Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2005: 21) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Penggunaan teknik ini dapat berupa deskripsi dari data-data kualitatif yang ada maupun berupa interpretasi dan hasil analisis kuantitatif, melalui proses sintesis antara tema-tema yang tepat berdasarkan gejala-gejala penelitian yang bersifat induktif. Teknik analisis data deskriptif kualitatif yaitu metode analisis yang diambil dengan cara mengumpulkan data, mengelompokkan dan mengklasifikasikan data sehingga diperoleh gambaran umum yang jelas mengenai masalah yang dihadapi dengan menggunakan data yang dinyatakan verbal dan kualifikasinya bersifat teoritis.

Analisis SWOT

SWOT digunakan sebagai alat untuk merumuskan faktor-faktor strategis perusahaan. Fungsinya mencakup analisis kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta penentuan kebijakan strategis yang mengabungkan faktor internal dan eksternal dalam menjalankan bisnis. Oleh karena itu, perencanaan strategis harus mempertimbangkan faktor-faktor strategis perusahaan, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, berdasarkan kondisi terkini. Proses ini dikenal sebagai analisis situasi, dengan analisis SWOT sebagai model yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT yang digunakan untuk melakukan sebuah perencanaan strategis dalam perusahaan dimana dalam hal ini *S (strength)* dan *W (weakness)* membahas lingkungan internal perusahaan, sedangkan *O (opportunities)* dan *T (threats)* membahas tentang lingkungan eksternal perusahaan.

Ditahun ini dengan adanya Mining Expo yang diselenggarakan di JIExpo Kemayoran Jakarta pada 11 – 14 September 2024 yang merupakan pameran peralatan pertambangan internasional terbesar di Asia yang menyediakan platform profesional bagi industri pertambangan di Indonesia untuk berbisnis. Pada pameran ini menarik para pemimpin industri untuk memamerkan produk dan layanan mereka pada pengunjung pameran yang diselenggarakan. PT.Hayyu Pratama Dealer kembali hadir dalam acara Mining Expo 2024 dengan menghadirkan secara langsung dua alat berat unggulan Sunward dan Shacman. Pada kegiatan Mining Expo 2024 ini menjadikan moment untuk mengadakan signing ceremony untuk pembelian ratusan unit Shacman F3000 Dump Truck dan Sunward SWE210 sebanyak 200 unit di area Sulawesi. Dengan adanya Mining Expo ini menjadi salah satu strategi pemasaran PT.Hayyu Pratama Dealer dalam mengembangkan jaringan mereka lebih luas lagi dengan membawa dua alat berat unggulan mereka secara langsung memperkuat citra merek dan menciptakan peluang penjualan baru.

Pada penelitian ini menggunakan alat analisis SWOT untuk mengetahui (*Strength*) Kekuatan, (*Weakness*) Kelemahan, (*Opportunities*) Peluang, (*Threat*) Ancaman. Analisis ini adalah alat penting dalam perencanaan strategi perusahaan dengan membantu dalam memahami kondisi internal dan

eksternal perusahaan. Dalam partisipasi Mining Expo 2024 bukan hanya menjadi ajang promosi, tetapi sebagai langkah strategis untuk memperkuat citra merk dan menciptakan peluang penjualan baru. Dengan memadukan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengatasi kelemahan dan ancaman.

Penelitian menggunakan analisis SWOT :

Strengths (Kekuatan) :

1. PT.Hayyu Pratama Dealer memiliki reputasi baik sebagai dealer alat berat terpercaya di Kalimantan Timur. (S1)
2. Produk alat berat yang ditawarkan telah dikenal memiliki kualitas dan performa tinggi di sektor pertambangan. (S2)
3. Menyediakan produk alat berat yang sesuai dengan kebutuhan industri pertambangan, seperti truk tambang, ekskavator, dan wheel loader. (S3)

Weakness (Kelemahan) :

1. Belum optimal dalam memanfaatkan media sosial dan platform pemasaran online dengan strategi pemasaran digital yang efektif untuk menjangkau audiens lebih luas. (W1)
2. keterbatasan dalam diversifikasi produk Excavator. (W2)

Opportunities (Peluang) :

1. Mining Expo 2024 sebagai ajang untuk memperluas pasar dan memperkenalkan inovasi produk kepada pelanggan potensial. (O1)
2. Pertumbuhan sektor pertambangan di Kalimantan Timur mendorong permintaan alat berat yang

lebih efisien dan ramah lingkungan. (O2)

Threats (Ancaman) :

1. Persaingan ketat antar dealer lain yang juga mengikuti Mining Expo. (T1)
2. Ketidakpastian ekonomi global dapat mempengaruhi keputusan investasi oleh perusahaan tambang. (T2)
3. Fluktuasi harga komoditas tambang dapat mempengaruhi pembelian alat berat. (T3)

Setelah melakukan analisis melalui pendekatan SWOT bisa disimpulkan PT.Hayyu Pratama Dealer memiliki Kekuatan (*Strengths*) utama berupa reputasi yang baik sebagai dealer alat berat terpercaya di Kalimantan Timur dan produk berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan industri pertambangan. Pada Mining Expo 2024 tahun ini memberikan peluang besar kepada PT.Hayyu Pratama Dealer dengan memperkenalkan inovasi produk mereka, seiring dengan pertumbuhan sektor pertambangan di Kalimantan Timur. Dengan strategi yang tepat, memanfaatkan reputasi dan lokasi strategis, perusahaan dapat menarik perhatian pelanggan potensial. Namun dengan adanya Tantangan (*Opportunities*) berupa persaingan ketat, ketidakpastian ekonomi global, dan fluktuasi harga komoditas perlu diantisipasi. Dengan strategi yang menonjol keunggulan produk dan membangun hubungan baik dengan pemangku kepentingan akan membantu dalam menjaga posisi pasar.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT yang merupakan metode penting untuk perencanaan strategis perusahaan dengan mengevaluasi kondisi melalui

kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*), serta kondisi melalui peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*). Analisis ini membantu dalam merancang strategi yang efektif dengan memanfaatkan Kekuatan, mengatasi Kelemahan, memanfaatkan Peluang, dan mengantisipasi Ancaman. Dengan menggunakan pendekatan analisi SWOT yang tepat, Mining Expo 2024 menjadi lebih dari sekedar ajang promosi, melainkan memperkuat posisi alat berat di pasar Indonesia.

I Made Chandra Mandira & Gusti Agung Ayu Putu Cahya Damayanti, (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI ALAT BERAT DI BALI (STUDI KASUS CV. DANA

DAFTAR PUSTAKA

Andi Dinda Ashari 1 1Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UNM. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Permintaan Penyewaan Alat Berat pada PT. Risrag Jaya Abadi di Kabupaten Maros.

Banggur, L., Hardy Wijaya, L. (2023). UNMAS Denpasar, P. K. (n.d.). Analisis Produktifitas Penggunaan Alat Berat Excavator Pada Penambangan Pasir Di Desa Kediri Kecamatan Kediri.

Cahya, W. (2020). ANALISIS SWOT TERHADAP PT. CHANDRA SAKTI UTAMA LEASING DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS PEMBIAYAAN ALAT BERAT (Vol. 1, Issue 1).

Febriana, R., & Wardiwiyo, S. (n.d.). (2024). ANALISIS SWOT DALAM PENENTUAN STRATEGI PENGEMBANGAN UNIT PELAKSANA TEKNIK LOGAM KOTA YOGYAKARTA.

Khabibah, Siti, Juniawaty, R., & Robbani, H. (n.d.). (2021). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN (PAMERAN, PERSONAL SELLING, DAN IKLAN MEDIA ONLINE) DALAM MENDORONG PENJUALAN PROPERTI DI PALM ONE RESIDENCE.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2016). *Marketing* (12th ed.). Cengage Learning. 943-Article Text-1749-1-10-20200212. (n.d.).