

STRATEGI PEMASARAN PT. DSAW MENGHADAPI FLUKTUASI PERMINTAAN DAN HARGA PIPA IMPOR

Anggy Dwi Putri¹, Muh Iqbal Yusuf C², Martius³

E-mail : adplubis2693@gmail.com, iqbal Yusuf99@gmail.com, martirauf.z@gmail.com

^{1,2,3}Universitas Nagoya Indonesia

Informasi Artikel

Diterima :14 April 2025
 Direview :20 April 2025
 Disetujui :30 April 2025

Kata Kunci

Strategi pemasaran,
 fluktuasi permintaan
 pasar, pipa impor,
 kualitatif

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran PT. DSAW dalam menghadapi fluktuasi permintaan dan harga pipa impor, menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam. Hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan menerapkan strategi adaptif, seperti pemantauan tren pasar, diversifikasi produk, dan efisiensi operasional. Strategi Make to Order meningkatkan fleksibilitas dan mengurangi risiko kelebihan stok. Lokasi di FTZ Batam memberi keunggulan ekspor. Untuk menghadapi tekanan harga impor, perusahaan menetapkan harga fleksibel, menjaga kualitas, serta memperkuat layanan dan sertifikasi. Strategi pemasaran difokuskan pada segmen proyek bernilai tinggi, dengan promosi melalui pameran, media sosial, CRM, dan komunikasi langsung. Analisis SWOT menunjukkan kekuatan pada adaptasi, kualitas, dan lokasi, namun juga mengungkapkan ketergantungan pada proyek besar dan regulasi TKDN. Ancaman utama meliputi fluktuasi harga minyak, produk impor murah, dan nilai tukar. Secara keseluruhan, PT. DSAW mempertahankan daya saing lewat strategi yang adaptif, efisien, dan berbasis teknologi.

Keywords

Marketing strategy, market
 demand fluctuation,
 imported pipes, qualitative

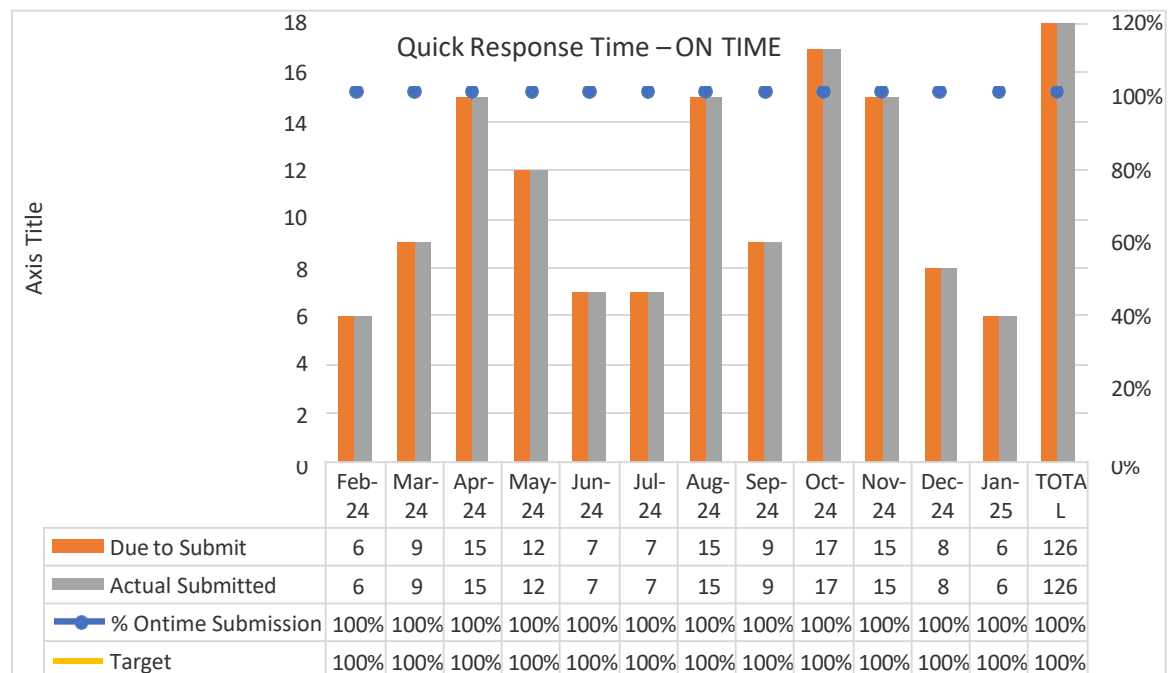
Abstract

This study analyzes PT. DSAW's marketing strategies in response to fluctuating market demand and imported pipe prices, using a qualitative approach through in-depth interviews with ten respondents. Findings show the company adopts adaptive strategies such as regular market trend monitoring, product diversification, and operational efficiency. Its Make to Order strategy enhances flexibility and minimizes overstock risk. Located in the Batam FTZ, the company benefits from easier export access. To counter price pressure from imports, PT. DSAW applies flexible pricing while emphasizing product quality, after-sales service, and industry certifications. Marketing focuses on high-value project segments, positioning as a high-quality pipe producer, and utilizing channels such as trade fairs, social media, CRM, and direct communication. SWOT analysis highlights strengths in adaptability, product quality, and strategic location, with weaknesses in dependency on large projects and local content regulations. Key threats include oil price volatility, cheap imports, and currency fluctuations. Overall, PT. DSAW maintains competitiveness through adaptive marketing, targeted diversification, operational efficiency, and integrated, tech-based approaches.

A. Pendahuluan

Industri pipa di Indonesia sangat penting untuk mendukung pembangunan infrastruktur, terutama di sektor gas, air, minyak, dan konstruksi. Salah satu perusahaan yang aktif di industri ini adalah PT. Dwi Arca Waja (PT. DSAW), yang memproduksi pipa baja. Seiring dengan perubahan kebutuhan pasar, PT. DSAW menghadapi beberapa tantangan yang mempengaruhi kinerja perusahaan, salah satunya adalah fluktuasi permintaan pasar dan harga pipa impor yang semakin kompetitif (Hasibuan et al., 2022).

Fluktuasi permintaan pasar menjadi tantangan utama bagi PT. DSAW dalam merancang strategi pemasarannya. Permintaan pipa baja untuk proyek besar, seperti pembangunan infrastruktur dan energi, seringkali dipengaruhi oleh faktor yang tidak bisa diprediksi, seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, dan permintaan dari industri lain yang tidak stabil (Purna et al., 2022). Ketidakpastian ini memengaruhi perencanaan penjualan dan membuat perusahaan kesulitan dalam mengatur kapasitas produksi dengan efisien yang dapat dilihat pada kurva permintaan pasar sebagai berikut.



Gambar 1. Kurva Permintaan Penawaran Pipa pada PT. DSAW Sumber: PT Dwi Sumber Arca Waja

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran PT. DSAW dalam menghadapi tantangan tersebut dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan daya saing perusahaan di pasar yang semakin kompetitif. Berikut adalah tabel perbandingan harga pipa baja LSAW milik PT. DSAW dan pipa impor.

Tabel 1. Daftar Harga Pipa Baja LSAW PT. DSAW

No.	Material Grade	Diameter (mm)	Tebal (mm)	Harga per Ton (USD)
1	API 5L Grade B	762.00	12.70	1,558.00
2	API 5L Grade B	812.80	12.70	1,554.00
3	API 5L Grade B	914.40	12.70	1,593.00
4	API 5L Grade B	1066.80	14.30	1,744.00

Sumber: PT. DSAW

Tabel 2. Daftar Harga Pipa Baja LSAW Shinestar Steel

No.	Material Grade	Diameter (mm)	Tebal (mm)	Harga per Ton (USD)
1	API 5L Grade B	762.00	12.00	650.00
2	API 5L Grade B	812.80	12.00	650.00
3	API 5L Grade B	914.40	12.00	650.00
4	API 5L Grade B	1066.80	14.00	644.00

Sumber: Website Shinestar Steel

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka saya mengambil penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran PT. Dwi Sumber Arca Waja Dalam Menghadapi Fluktuasi Permintaan Pasar Dan Harga Pipa Impor”.

B. Metode Penelitian

Penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis grand teori dan analisis SWOT berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena atau masalah yang terjadi dalam konteks yang spesifik (Hartono et al., 2024).

1. Metode Penelitian

a) Unit Analisis Individu

Unit analisis individu meliputi manajer pemasaran yang merancang strategi, staf yang berinteraksi dengan pelanggan, tim produksi dan pengendalian kualitas, serta pelanggan sebagai pengguna utama yang memberikan wawasan tentang kualitas, harga, dan layanan (Manurung et al., 2022).

b) Unit Analisis Organisasi

Unit analisis organisasi mencakup struktur dan kebijakan PT. DSAW dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran, termasuk keputusan harga, promosi, distribusi, dan pengembangan produk (Yulika et al., 2022). Analisis juga meliputi kebijakan internal serta pemanfaatan sumber daya seperti keahlian produksi, inovasi, pemasok, dan jaringan distribusi dalam menghadapi persaingan (Hartati Lisa et al., 2022).

c) Unit Analisis Produk

Unit analisis produk mencakup evaluasi kualitas, inovasi, dan teknologi pipa PT. DSAW dibandingkan pipa impor. Juga dianalisis strategi harga, promosi, serta keunggulan fitur dan nilai tambah produk dalam persaingan pasar (Ningrum et al., 2023).

2. Responden dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan memilih lokasi dan responden secara cermat untuk memperoleh data yang relevan terkait strategi pemasaran PT. DSAW dalam merespons perubahan permintaan dan harga pipa impor. Sebanyak 10 responden dipilih, terdiri dari individu yang memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung terhadap dinamika pemasaran perusahaan (Rika et al., 2024).

Tabel 3. Daftar Nama Responden

No.	Nama	Jabatan
1	Partahi M. Hasibuan	<i>Sales and Commercial Manager</i>
2	Julius B.	<i>Business Development Team</i>
3	Faruq Fathoni	<i>Business Development Team</i>
4	Syaiful Arifin	<i>Sales Engineer</i>
5	Jeremy	<i>Sales Admin</i>
6	Zubaili	<i>Warehouse and Logistic Manager</i>
7	Denny	<i>Cost Control & System Development Manager</i>
8	Juanda	<i>Commercial and Logistic Team</i>
9	Maya Maruti	<i>Commercial and Logistic Team</i>
10	Tjia Stephanie	<i>Commercial and Logistic Team</i>

Sumber: Peneliti

Tempat penelitian adalah lokasi pengumpulan data untuk memahami implementasi strategi pemasaran PT. DSAW dalam menghadapi fluktuasi permintaan pasar dan harga pipa impor. Penelitian ini dilakukan di kantor dan workshop PT. DSAW di Kawasan Industri Terpadu Kabil, Batam.

3. Teknik Penggalan Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik penggalan data digunakan untuk mengumpulkan informasi yang mendalam dan bermakna dari responden yang relevan (Rinawaty et al., 2023). Teknik penggalan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen (Agustini & Yulia, 2024).

Berikut adalah penjelasan mengenai teknik-teknik tersebut:

a) Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara mendalam merupakan teknik penggalan data yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang lebih detail mengenai perspektif, pemikiran, dan pengalaman responden terkait fenomena yang sedang diteliti (Hidayat et al., 2023).

b) Observasi Partisipatif

Observasi partisipatif merupakan teknik di mana peneliti terlibat secara langsung dalam aktivitas yang diamati. Teknik ini berguna untuk memahami konteks sosial dan dinamika yang terjadi di dalam organisasi atau pasar dengan cara mengamati secara langsung perilaku, interaksi, dan kejadian yang relevan dengan topik penelitian (Nurhayati et al., 2024).

c) **Analisis Dokumen**

Analisis dokumen adalah teknik pengumpulan data dengan memeriksa berbagai jenis dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Dokumen ini dapat berupa laporan tahunan, data penjualan, brosur pemasaran, kebijakan harga, laporan keuangan, dan dokumen internal perusahaan lainnya (Maghfiroh et al., 2022).

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan yang dihadapi oleh suatu perusahaan dalam konteks pasar dan lingkungan bisnis yang ada (Sunawan et al., 2022). Berikut adalah cara menerapkan analisis SWOT untuk PT. DSAW dalam menghadapi fluktuasi permintaan pasar dan harga pipa impor.

a) *Strengths* (Kekuatan)

PT. DSAW memproduksi pipa berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan pasar domestik dan memiliki kemampuan inovasi dalam desain, teknologi, serta kualitas produk. Dengan jaringan pelanggan yang kuat, perusahaan berhasil meningkatkan loyalitas konsumen terhadap mereknya. Pengalaman bertahun-tahun di industri pipa domestik juga memberikan kepercayaan lebih bagi pelanggan dan mitra bisnis.

b) *Weaknesses* (Kelemahan)

Kapasitas produksi terbatas, ketergantungan pada pasar domestik, dan biaya produksi yang tinggi membuat PT. DSAW kurang fleksibel dalam menghadapi lonjakan permintaan dan persaingan harga. Terbatasnya distribusi dan ketergantungan pada distributor utama juga membatasi jangkauan pasar perusahaan.

c) *Opportunities* (Peluang)

Meningkatnya proyek infrastruktur di Indonesia mendorong permintaan pipa berkualitas, membuka peluang bagi PT. DSAW untuk memperluas pasar. Tren keberlanjutan dan teknologi smart pipes memungkinkan pengembangan produk inovatif dan ramah lingkungan. Ekspansi ke pasar internasional, terutama negara berkembang, serta dukungan pemerintah dan kolaborasi dengan sektor swasta, turut memperkuat potensi pertumbuhan dan kemitraan jangka panjang.

d) *Threats* (Ancaman)

Produk impor yang lebih murah, ketidakpastian ekonomi, dan persaingan ketat menekan pangsa pasar dan margin keuntungan PT. DSAW. Perubahan kebijakan pemerintah serta ketergantungan pada pemasok bahan baku juga menjadi risiko yang dapat mengganggu keberlanjutan operasional perusahaan.

5. Teknik Pengorganisasian Data

Pengorganisasian data adalah langkah penting dalam penelitian kualitatif untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat dianalisis secara sistematis dan efisien.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif bertujuan mengidentifikasi pola dan tema dari data yang dikumpulkan. Penelitian ini menggunakan Analisis Tematik untuk mengorganisir data wawancara dan menemukan tema utama terkait strategi pemasaran PT. DSAW dalam menghadapi fluktuasi pasar dan harga pipa impor.

C. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam dengan Tim Pemasaran, Manajer Penjualan, Staf Penjualan, Tim Cost Control serta Tim Komersial dan Logistik. Berikut ini adalah hasil wawancara dengan para responden.

1. Hasil Penelitian

a) Analisis Fluktuasi Permintaan Pasar Dan Dampaknya Terhadap Strategi Pemasaran PT. Dwi Sumber Arca Waja.

1. Faktor utama yang memengaruhi permintaan produk PT. DSAW adalah fluktuasi harga minyak dan gas dunia, serta kebijakan pemerintah terkait investasi, TKDN, dan impor. Faktor lain mencakup harga bahan baku, nilai tukar, proyek konstruksi, serta kebijakan pengiriman barang di kawasan FTZ Batam. Persaingan global dan strategi pesaing juga menjadi tantangan. PT. DSAW perlu terus beradaptasi dengan dinamika pasar global dan kebijakan nasional untuk menjaga stabilitas permintaan produk pipa bajanya.
2. PT. DSAW merespons fluktuasi pasar dengan memantau tren industri, menjaga komunikasi pelanggan, dan menggunakan data historis serta analisis tender untuk proyeksi permintaan. Strateginya mencakup pencarian pelanggan baru, diversifikasi produk, efisiensi, peremajaan peralatan, dan fleksibilitas operasional. Meski sistem belum sepenuhnya terstruktur, respons perusahaan tetap cepat dan adaptif.
3. Fleksibilitas kapasitas produksi menjadi kekuatan utama PT. DSAW dalam menghadapi fluktuasi permintaan pasar. Dengan sistem Make to Order, produksi dilakukan sesuai pesanan, memungkinkan penyesuaian volume secara efisien. Berlokasi strategis di Kawasan Industri Kabil dekat pelabuhan, perusahaan mampu mengirim produk besar dengan cepat. Kapasitas saat ini dinilai mencukupi dan dapat ditingkatkan bila dibutuhkan, didukung oleh sistem kerja kontrak dan pengelolaan SDM yang fleksibel. Perencanaan produksi berbasis tren historis dan, jika perlu, melibatkan kerja sama dengan pihak ketiga untuk menjaga responsivitas dan daya saing.
4. PT. DSAW mengadopsi strategi adaptif dengan fokus pada peningkatan kualitas, inovasi produk, dan penguatan hubungan bisnis. Perusahaan aktif mengikuti tender nasional, bermitra dengan kontraktor EPCI, serta memperluas jaringan domestik. Investasi mesin baru dan layanan tambahan mendukung pemenuhan kebutuhan pasar, sementara sertifikasi internasional meningkatkan SDM dan kualitas produk. Di sisi pemasaran, perusahaan mulai memanfaatkan media sosial, dengan fleksibilitas, pemanfaatan data pasar, dan komunikasi efektif sebagai kunci daya saing.
5. PT. DSAW menghadapi tantangan seperti persaingan impor, biaya operasional tinggi, fluktuasi bahan baku, dan keterbatasan produksi. Untuk mengatasinya, perusahaan meningkatkan efisiensi, memperkuat pemasaran,

memperbarui fasilitas, menerapkan teknologi analitik, dan memperluas distribusi. Kolaborasi dengan kontraktor utama serta pendekatan adaptif berbasis analisis pasar menjaga daya saing perusahaan.

b) Pengaruh Harga Pipa Impor Terhadap Kebijakan Penetapan Harga Dan Diferensiasi Produk Yang Diterapkan Oleh PT. Dwi Sumber Arca Waja.

1. Harga pipa impor murah, khususnya dari Tiongkok, menekan margin PT. DSAW. Untuk tetap kompetitif, perusahaan fokus pada efisiensi, teknologi, kualitas, dan memanfaatkan dukungan regulasi TKDN. Tekanan ini juga menjadi peluang untuk memperkuat diferensiasi produk dan layanan.
2. PT. DSAW merespons tekanan harga impor dengan kebijakan harga fleksibel, termasuk skema suplai bahan baku oleh pelanggan. Efisiensi operasional, pembaruan fasilitas, dan penyesuaian harga berbasis volume dan kualitas mendukung daya saing. Fokus pada kualitas, layanan purna jual, dan dukungan TKDN, serta pemanfaatan teknologi untuk pemantauan harga real-time, memperkuat posisi perusahaan.
3. PT. DSAW menghadapi tekanan pipa impor murah dengan strategi diferensiasi berbasis kualitas, inovasi, dan layanan. Produk unggul dalam ketahanan, fleksibel sesuai spesifikasi proyek, serta didukung sertifikasi internasional. Kecepatan pengiriman, layanan purna jual, dan dukungan teknis membangun loyalitas pelanggan dan menawarkan nilai tambah yang sulit disaingi produk impor.
4. Diferensiasi produk PT. DSAW efektif meningkatkan daya saing, dibuktikan dengan repeat order dan kepuasan pelanggan. Penggunaan bahan lokal, fokus pada kualitas, dan layanan tambahan seperti pemasangan memperkuat nilai tambah dan hubungan pelanggan, membantu mempertahankan posisi di tengah tekanan impor.
5. PT. DSAW menghadapi tekanan harga pipa impor murah dengan efisiensi produksi, peremajaan mesin, dan kebijakan harga fleksibel. Inovasi produk bernilai tambah, layanan purna jual, serta dukungan kebijakan proteksi lokal turut menjaga daya saing perusahaan tanpa mengorbankan profit.

c) Evaluasi Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Oleh PT. Dwi Sumber Arca Waja Dalam Menanggapi Fluktuasi Permintaan Pasar Dan Harga Pipa Impor.

1. PT. DSAW menghadapi fluktuasi permintaan dan tekanan harga impor dengan strategi segmentasi pasar berbasis sertifikasi, fokus pada kualitas dan standar internasional. Perusahaan menargetkan sektor konstruksi dan migas, memperkuat pasar domestik dan Asia Tenggara, serta mendukung program TKDN. Melalui diversifikasi produk, digital marketing, dan penyesuaian kapabilitas teknis, PT. DSAW mempertahankan daya saing dan memperkuat posisi di pasar global.
2. PT. DSAW menguatkan posisinya di pasar domestik sebagai produsen pipa baja berkualitas tinggi berstandar internasional, diakui dalam tender SKK Migas. Menargetkan segmen premium, produk unggul dalam ketahanan dan sertifikasi, serta mampu memenuhi spesifikasi teknis khusus. Didukung layanan purna jual dan TKDN, PT. DSAW tetap kompetitif melawan pipa

impor murah dengan menawarkan nilai tinggi di proyek energi dan infrastruktur strategis.

3. PT. DSAW menerapkan distribusi adaptif dan terintegrasi dengan model Make to Order, fokus pada pengiriman tepat waktu dan fleksibilitas spesifikasi. Berlokasi strategis di Batam dan didukung kemitraan lokal, distribusi diperkuat lewat penjualan langsung, distributor, dan agen. Pendekatan digital dan personal memperluas jangkauan, menjaga keandalan dan daya saing di tengah tekanan pipa impor.
4. PT. DSAW menerapkan strategi promosi terpadu untuk membangun loyalitas dan bersaing dengan pipa impor murah. Promosi dilakukan melalui partisipasi di event industri, workshop teknis, media sosial, dan konten edukatif. Layanan purna jual, garansi, serta pendekatan value-based marketing menonjolkan kualitas dan standar internasional. Kolaborasi dengan pemerintah dan program loyalitas memperkuat hubungan jangka panjang, menjaga posisi sebagai produsen pipa berkualitas tinggi.
5. PT. DSAW memanfaatkan teknologi dan inovasi pemasaran dengan sistem informasi real-time, mesin canggih, dan inspeksi khusus untuk meningkatkan efisiensi produksi. Dalam pemasaran, perusahaan optimalkan digital marketing, CRM, dan menjajaki e-commerce untuk personalisasi dan percepatan pemesanan. Kombinasi ini menjaga daya saing dan adaptasi terhadap perubahan pasar.

2. Pembahasan

Penelitian ini mengungkap bagaimana PT. DSAW merespons dinamika pasar pipa baja melalui wawancara mendalam dengan berbagai pemangku kepentingan internal perusahaan. Temuan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu fluktuasi permintaan pasar, pengaruh harga pipa impor, dan evaluasi strategi pemasaran perusahaan serta analisis SWOT yang relevan.

a) Respons Terhadap Fluktuasi Permintaan Pasar

PT. DSAW menghadapi faktor eksternal seperti harga minyak, kebijakan pemerintah (TKDN), nilai tukar, dan persaingan internasional yang memengaruhi permintaan. Meski fluktuatif, perusahaan adaptif dengan memantau tren, komunikasi aktif dengan pelanggan, dan analisis data historis. Strateginya meliputi perluasan pelanggan, diversifikasi produk, dan efisiensi operasional. Produksi Make to Order memberi fleksibilitas dan mengurangi risiko stok berlebih, sementara lokasi di Batam mendukung pengiriman tepat waktu. Pendekatan ini sejalan dengan Teori Dynamic Capabilities (Teece et al., 1997), yaitu kemampuan perusahaan untuk mendeteksi perubahan (sensing), merespons cepat (seizing), dan mengatur ulang sumber daya (transforming) guna mempertahankan keunggulan kompetitif.

b) Pengaruh Harga Pipa Impor

Tekanan harga pipa impor, khususnya dari Tiongkok, memaksa PT. DSAW menyesuaikan kebijakan harga dan menerapkan efisiensi, seperti skema harga jasa produksi (pelanggan sediakan bahan baku), penyesuaian harga berdasarkan volume, serta memanfaatkan regulasi TKDN. Selain harga, PT. DSAW

mengandalkan diferensiasi produk lewat kualitas unggul, ukuran kustom, pengiriman cepat, layanan purna jual, dan sertifikasi internasional untuk menjaga loyalitas pelanggan. Strategi ini sesuai dengan Teori Strategi Diferensiasi Porter dan konsep Biaya dan Nilai Pelanggan Kotler, yang menekankan keunggulan bersaing lewat nilai lebih, bukan hanya harga rendah.

c) Evaluasi Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran PT. DSAW efektif menjaga posisi kompetitif lewat segmentasi pasar berdasarkan sertifikasi produk, sektor migas dan konstruksi, serta fokus pada proyek bernilai tinggi. Posisi sebagai produsen pipa berkualitas dan mitra strategis diperkuat dengan saluran distribusi fleksibel dari pabrik di FTZ Batam, promosi aktif di event industri dan media sosial, serta layanan purna jual responsif. Teknologi mendukung efisiensi produksi, CRM untuk pemahaman pelanggan, dan pemasaran digital edukatif. Investasi mesin dan inspeksi canggih memperkuat diferensiasi produk. Strategi ini sesuai dengan teori STP dan Marketing Mix Philip Kotler.

d) Analisis SWOT dan Strategi Pemasaran PT. DSAW

Tabel 4. Analisis SWOT dan Strategi Pemasaran PT. DSAW

IFAS	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
EFAS	1. Adaptabilitas Tinggi (Dynamic Capabilities) 2. Model Produksi Make to Order 3. Diferensiasi Produk yang Kuat 4. Sertifikasi Internasional 5. Lokasi Strategis di FTZ Batam	1. Ketergantungan pada Proyek Bernilai Tinggi 2. Tingkat Ketergantungan pada Regulasi TKDN 3. Biaya operasional relatif tinggi
Peluang (Opportunities)	Strategi SO (Strengths–Opportunities)	Strategi WO (Weaknesses–Opportunities)
1. Peningkatan Permintaan Infrastruktur dan Energi 2. Transformasi Digital dan CRM 3. Penguatan Brand Awareness Melalui Event Industri 4. Kebijakan TKDN dan dukungan industri dalam negeri	1. Gunakan model Make to Order dan lokasi strategis Batam untuk menjawab permintaan infrastruktur & energi secara fleksibel dan cepat. 2. Tingkatkan diferensiasi produk melalui transformasi digital (CRM) agar lebih memahami kebutuhan pelanggan dan meningkatkan repeat order. 3. Manfaatkan sertifikasi internasional dan brand positioning pada event industri untuk memperkuat persepsi sebagai penyedia produk berkualitas tinggi di proyek nasional. 4. Integrasikan adaptabilitas tinggi dengan dukungan kebijakan TKDN untuk memperluas pasar domestik serta menjalin kemitraan strategis dengan pemerintah/BUMN.	1. Kurangi ketergantungan pada proyek besar dengan memperluas segmen pasar melalui CRM dan segmentasi pelanggan (misalnya konstruksi skala menengah atau industri non-migas). 2. Gunakan transformasi digital untuk efisiensi operasional, sehingga dapat mengurangi biaya tetap dan biaya variabel jangka panjang. 3. Manfaatkan event industri dan dukungan TKDN untuk memperluas kolaborasi dengan pemain lokal, sehingga risiko perubahan regulasi lebih kecil.
Ancaman (Threats)	Strategi ST (Strengths–Threats)	Strategi WT (Weaknesses–Threats)
1. Fluktuasi Harga Minyak dan Gas Dunia 2. Persaingan Internasional dengan Harga Murah 3. Nilai Tukar Mata Uang 4. Fluktuasi Permintaan Pasar Pada Akhir Tahun Yang Cenderung Menurun	1. Gunakan fleksibilitas produksi Make to Order untuk menyesuaikan volume produksi saat permintaan akhir tahun menurun → kurangi risiko overcapacity. 2. Tawarkan layanan purna jual dan kualitas tinggi untuk bersaing dengan produk impor murah, bukan hanya dengan harga. 3. Manfaatkan lokasi Batam untuk efisiensi logistik agar tetap kompetitif menghadapi ketidakpastian nilai tukar dan harga minyak dunia. 4. Gunakan adaptabilitas tinggi dan analisis data pasar untuk mengantisipasi fluktuasi pasar global dan menyusun skenario bisnis alternatif.	1. Diversifikasi portofolio produk dan proyek agar tidak hanya mengandalkan proyek bernilai tinggi yang sensitif terhadap harga minyak dan regulasi. 2. Evaluasi biaya operasional secara menyeluruh dan lakukan efisiensi energi, otomatisasi, dan lean manufacturing untuk meredam dampak persaingan harga impor. 3. Kembangkan cadangan rencana (contingency plan) untuk menghadapi penurunan permintaan musiman dan tekanan nilai tukar mata uang.

D. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, PT. DSAW telah mengimplementasikan beberapa strategi untuk mengatasi tantangan fluktuasi permintaan pasar dan ketidakstabilan harga pipa impor.

1. Respons Terhadap Fluktuasi Permintaan Pasar

PT. DSAW menunjukkan kapabilitas dinamis tinggi dengan strategi adaptif menghadapi ketidakpastian eksternal seperti fluktuasi harga minyak dan kebijakan pemerintah. Melalui diversifikasi produk, perluasan pelanggan, efisiensi operasional, produksi Make to Order, dan lokasi pabrik strategis, perusahaan tetap fleksibel dan efisien memenuhi permintaan pasar. Ini mencerminkan penerapan nyata teori Dynamic Capabilities (Teece et al., 1997).

2. Pengaruh Harga Pipa Impor

Menghadapi tekanan harga produk impor, PT. DSAW menerapkan kebijakan harga fleksibel, efisiensi biaya, dan memanfaatkan regulasi TKDN sebagai alat negosiasi. Diferensiasi produk dengan kualitas premium, spesifikasi kustom, layanan cepat, dan dukungan teknis menjadi kunci keunggulan. Strategi ini sesuai dengan teori Diferensiasi Porter (1985) dan pendekatan nilai pelanggan Kotler.

3. Evaluasi Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran PT. DSAW efektif menjaga posisi kompetitif dengan pendekatan STP pada sektor bernilai tinggi dan produk bersertifikat internasional. Dukungan lokasi strategis di FTZ Batam dan distribusi fleksibel memperluas jangkauan pasar. Penguatan merek lewat event industri, media sosial, dan CRM membangun loyalitas pelanggan. Investasi teknologi informasi dan mesin modern memperkuat diferensiasi produk dan efisiensi operasional, mencerminkan sinergi marketing mix dan strategi digital.

E. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada pihak Universitas Nagoya Indonesia dan PT. Dwi Sumber Arca Waja yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

F. Referensi

- Agustini, R., & Yulia, Y. (2024). Pengaruh Inflasi dan Suku Bunga Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2019-2024. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 3(1), 45–58.
- Hartati Lisa, S., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Hotel Da Viena Boutique Di Kota Batam. In *Journal of Management and Accounting (JMA)* (Vol. 1, Issue 1). <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Hartono, B., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Produksi PT. Sat Nusapersada, TBK. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 3(1), 1–15.
- Hasibuan, A., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi, Dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Karyawan Di PT. PCI Elektronik Internasional. In *Journal of Management and Accounting (JMA)* (Vol. 1, Issue 1).

- <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Hidayat, S., Yulia, Y., & Lucida, R. S. R. (2023). Pengaruh Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Minat Pengguna Jasa Angkutan Limbah Medis Di PT. Satalindo Mandiri Batam. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 2(1), 1–11.
- <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Maghfiroh, S., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Pemberian Insentif Terhadap Peningkatan Prestasi Kerja Karyawan Pada Hotel Golden Bay Batam. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 1(1), 1–10.
- <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Manurung, C. R., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Analisis Perhitungan Rasio Keuangan Terhadap Laporan Keuangan Pada Masa Covid-19 Di PT. Fast Food Indonesia, TBK Periode 2019-2021. In *Journal of Management and Accounting (JMA)* (Vol. 1, Issue 2).
- <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Ningrum, P. T., Persada, R., & Yulia, Y. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Konsumen Di Kawasan Hunian Villa Panbil Batam. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 2(2), 34–40. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Nurhayati, S., Yulia, & Juma, R. (2024). Analisis Peran Room Attendant Dalam Melaksanakan Kebersihan Kamar Terhadap Pelayanan Di Hotel Formosa Batam. 3(2), 54–66. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Purna, B., Sembiring, D., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem Manajemen Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Sumber Marine Shipyard Batam. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 1(2), 71–84. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Rika, R., Persada, R., & Yulia, Y. (2024). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Prestasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Sekolah Raudhatul Athfal Nursyarif Kota Batam. 3(1), 37–44.
- Rinawaty, R., Yulia, Y., & Agustini, R. (2023). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kamar Dan Laporan Keuangan Di The Golden Bay Hotel Batam Tahun 2023. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 2(2), 1–12.
- <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Sunawan, S., Jazuli, J., & Yulia, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Golden Bay Kota Batam Tahun 2022. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 1(2), 55.
- <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>
- Yulika, L., Efendi, R., & Yulia, Y. (2022). Analisis Penerapan Sistem Pembayaran Honor Untuk Pegawai Yang Melakukan Kegiatan Pada Pusat Pengembangan Bahasa (P2B) UIN SUSKA Riau. *Journal of Management and Accounting (JMA)*, 1(2), 94–104. <http://ejournal.stienagoyaindonesia.ac.id/ojs/index.php/jma>