

BAB 1
PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Pada masa sekarang, dimana perubahan terjadi dengan begitu cepat, tingkat kestabilan pada industri menjadi sulit dipertahankan. Di Indonesia, terutama di Pulau Jawa, dampak dari krisis ekonomi masih dirasakan oleh semua pihak. Sementara kondisi sosial-ekonomi-politik dan keamanan masih dirasa kurang kondusif, beban bagi lingkungan industri akan semakin berat dengan segera dihadapinya masa perdagangan bebas. Tentu saja dengan beban yang semakin berat, akan semakin memperketat tingkat persaingan. Akan tetapi, di sisi yang lain, kondisi global yang sedang kita alami juga akan menciptakan peluang-peluang baru.

Baik untuk menghadapi beban berat dan ancaman, ataupun untuk menciptakan dan memanfaatkan peluang, pelaku bisnis harus mampu melihat ke depan secara jeli. Pelaku bisnis/perusahaan harus mampu melangkah dengan tepat dan harus mampu menyesuaikan diri dengan keadaan. Perusahaan harus mampu merumuskan strategi, dan yang lebih penting, perusahaan harus mampu mengimplementasikan strateginya. Untuk merumuskan strategi yang tepat atau merubah strategi yang ditetapkan, perlu diperhatikan faktor-faktor eksternal dan internal. Melalui analisis tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan, kesempatan dan ancaman bagi perusahaan, serta batasan-batasan yang ada, perusahaan akan bisa mengetahui posisi relatifnya dalam industri. Dengan strategi yang jelas, berarti perusahaan

memiliki gambaran yang jelas mengenai arena yang akan diterjuni, bagaimana mencapai sasaran, dan kapan harus melakukan apa. Hal ini mutlak harus dipenuhi agar perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing, atau paling tidak agar perusahaan mampu bertahan dari tekanan persaingan yang telah dan akan terjadi.

Lebih lanjut, hal ini akan menjadi dasar analisis bagaimana aktivitas operasionalnya dilakukan, sehingga perusahaan akan bisa mengembangkan aktivitasnya yang bernilai tambah (*value added activity*) dan meniadakan aktivitas yang tidak bernilai tambah (*non value added activity*). Secara lebih spesifik, dari sudut pandang pemasaran, perusahaan harus mampu secara fleksibel melaksanakan aktivitas pemasarannya sesuai dengan kondisi dan perubahan-perubahan yang terjadi. Dan dalam kondisi yang berubah dalam bentuk yang bagaimanapun, perusahaan harus tetap menjadi organisasi yang fokus terhadap pemakai produk dan jasanya. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang diharapkan oleh konsumen, dan yang lebih penting, bagaimana perusahaan mampu menyediakan solusi bagi mereka. Perusahaan harus mampu melihat apakah konsep yang mendasari operasi (pemasaran)nya masih sesuai dengan kondisi sekarang, dan perusahaan juga harus mampu melihat ke depan apakah strategi pemasaran yang akan diterapkan sesuai dengan kondisi dimasa datang. Hal ini bisa jadi akan mengharuskan perusahaan merubah strategi pemasarannya.

Melalui salah satu produknya, yaitu Super Q, PT Surabaya Wire memposisikan sebagai produsen paku dengan kualitas premium, yang ditawarkan dengan harga lebih mahal dan dengan cara yang berbeda.

Perusahaan berusaha membedakan diri dari para pesaingnya dengan melakukan aktivitas pemasaran yang berbeda. Melalui kualitas produk yang dipadukan dengan insentif-insentif penjualan, perusahaan mampu menempatkan diri sebagai produsen yang harus diperhatikan oleh para pesaingnya.

Pada perkembangannya, PT Surabaya Wire juga menghadapi kenyataan yang tidak pernah berubah, yaitu perubahan itu sendiri. Bermula dari krisis ekonomi tahun 1997, yang sangat mempengaruhi sektor properti, peta industri paku juga mengalami perubahan yang cukup signifikan. Saat ini, paku yang beredar di pasaran mencapai lebih dari dua puluh merk dengan beragam kualitas dan cara memasarkannya. Produk perusahaan, yang pada awalnya ditujukan untuk bersaing dengan merk Panda, yaitu paku yang sudah lama dikenal sebagai produk berkualitas tinggi, kini harus dicermati melalui kondisi yang sama sekali berbeda. Walaupun bergerak dalam industri yang menghasilkan produk semi komoditi, tingkat persaingan dari pesaing lokal maupun negara lain semakin memaksa PT. Surabaya Wire untuk segera melakukan tindakan-tindakan yang tepat guna dan tepat sasaran.

Saat ini, PT. Surabaya Wire menghadapi kenyataan menurunnya omzet dan profitabilitas. Melalui indikator kinerja perusahaan seperti Laporan Penjualan, terlihat bahwa kondisi perusahaan sudah tidak sebaik dulu. Walaupun penurunan ini bisa diakibatkan berbagai macam penyebab, tapi satu inti yang sama dari bermacam penyebab tersebut adalah bahwa pesaing bisa lebih bisa memenuhi harapan konsumen dan bisa melakukan aktivitas operasionalnya secara lebih efektif. Dan pada lingkup yang lebih spesifik,

pada bidang pemasaran, bisa diartikan bahwa para pesaing bisa lebih efektif melakukan kegiatan pemasarannya.

1.2. Rumusan masalah

Pada tesis ini, penelitian akan difokuskan pada pemasaran produk yang memiliki kontribusi terbesar bagi PT. Surabaya Wire, yaitu paku pada pasar domestik. Dan karena itu, pertanyaan mendasar untuk menyikapi perubahan yang selalu terjadi adalah :

1. Apakah strategi pemasaran PT. Surabaya Wire, ditinjau dari bauran pemasaran, telah sesuai dengan kondisi saat ini?
2. Jika tidak, apa yang harus dilakukan?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menghasilkan dan memberikan informasi kepada perusahaan mengenai strategi bauran pemasaran yang diterapkan, apakah telah sesuai dibanding kondisi saat ini.
2. Memberikan masukan kepada perusahaan bagaimana menggunakan informasi yang diperoleh untuk diaplikasikan pada perumusan (kembali) strategi pemasaran perusahaan, jika ternyata strategi pemasaran yang diterapkan tidak sesuai dengan dengan kondisi saat ini.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Membantu manajemen perusahaan untuk melihat kesesuaian strategi bauran pemasaran sebagai alat bantu untuk pengambilan keputusan.

2. Membantu manajemen perusahaan untuk mengidentifikasi hal-hal penting dalam penyusunan (kembali) strategi pemasaran jika ternyata strategi pemasaran yang diterapkan tidak sesuai dengan kondisi saat ini.
3. Sebagai dasar acuan dan perbandingan bagi penulis lain yang hendak mengadakan penelitian lebih lanjut.