

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia industri berjalan seperti layaknya roda baik itu perusahaan yang bergerak di industri produk maupun jasa. Umumnya ketika roda waktu sedang berada di atas atau dengan kata lain perusahaan itu telah menguasai pangsa pasar dan berhasil menjadi perusahaan pemimpin dikarenakan perusahaan telah berhasil memenangkan suatu kompetisi. Namun seiring dengan berjalannya waktu, mendatangkan perusahaan lain yang telah melakukan inovasi dan telah bersiap untuk merebut pangsa pasar sehingga posisi sebelumnya dapat digantikan oleh pemenang kompetisi selanjutnya. Dan tidak ada kata lain untuk tetap bertahan selain dengan cara ikut kembali dalam persaingan untuk memenangkan kompetisi. Dengan keadaan pelaku industri yang semakin lama semakin banyak, keadaan berkompetisi secara langsung ini hanya menciptakan perebutan pangsa pasar yang akhirnya dapat menyusutkan laba perusahaan. Dan kondisi seperti ini diibaratkan seperti samudera merah.

Untuk keluar dari samudera merah maka diciptakanlah strategi samudera biru atau *blue ocean*. Strategi samudera biru merupakan strategi yang ditandai oleh ruang pasar yang belum terjelajahi, penciptaan permintaan, dan peluang pertumbuhan yang menguntungkan. Strategi samudera biru ini menantang perusahaan untuk keluar dari samudera merah dengan cara menciptakan ruang pasar yang belum memiliki pesaing sehingga kompetisi menjadi tidak relevan. Dengan ruang pasar yang belum terjelajah maka menciptakan permintaan yang baru dan peluang pertumbuhan yang menguntungkan. Strategi samudera biru diciptakan untuk mendorong perusahaan untuk membuat suatu produk atau jasa yang memiliki nilai tinggi bagi pembeli dan bersamaan dengan itu dapat juga menekan biaya produk atau jasa yang dihasilkan.

Di dalam strategi samudera biru terdapat enam prinsip. Prinsip pertama dari strategi samudera biru adalah merekonstruksi batasan-batasan pasar. Prinsip kedua mengenai fokus pada gambaran besar. Prinsip ketiga berbicara mengenai menjangkau permintaan yang ada sedangkan prinsip keempat adalah melakukan rangkaian strategi secara tepat. Prinsip kelima adalah mengatasi hambatan-hambatan dalam organisasi dan terakhir prinsip keenam adalah mengintegrasikan pelaksanaan ke dalam strategi.

Perusahaan Industri Telekomunikasi Indonesia (PT. INTI) merupakan perusahaan yang menghasilkan alat-alat untuk kebutuhan komunikasi dan telah memiliki eksistensi yang cukup lama. Persaingan yang terjadi yaitu banyaknya perusahaan yang juga membuat produk yang sama. Tujuan masing-masing perusahaan tersebut adalah sama yaitu untuk memenangkan persaingan.

Sebagai perusahaan yang sudah lama bergerak di bidang telekomunikasi, PT. INTI ingin mengupayakan produk yang dihasilkan dapat menempati pasar secara luas sehingga produk yang ditawarkan dapat diminati oleh konsumen dan pada akhirnya memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Salah satu produk yang akan dipasarkan adalah produk INTI IP PBX (*Internet Protocol Private Brand Exchange*). Produk INTI IP PBX yang akan dipasarkan ini terlebih dahulu akan dianalisis berdasarkan prinsip keempat dari strategi samudera biru. Sehingga dari hasil analisis ini dapat diketahui apakah produk INTI IP PBX dari PT.INTI ini nantinya diterima dengan baik oleh pasar.

1.2 Identifikasi Masalah.

Dalam kasus PT. INTI ini, produk INTI IP PBX yang akan dipasarkan sebelumnya akan dianalisis mengenai manfaat, harga ,biaya dan hambatan. Keempat aspek ini sesuai dengan rangkaian strategi samudera biru. Produk INTI IP PBX yang dianalisis masih berupa *prototype* dan belum diproduksi dalam jumlah yang banyak sehingga dengan analisis ini dapat diuji kehandalan produk dari segi manfaat, harga, biaya dan hambatan berdasarkan rangkaian prinsip keempat strategi samudera biru. Dan hasilnya dapat diketahui apakah produk INTI IP PBX ini akan dapat diterima dengan baik oleh pasar.

Untuk dapat membuka ruang pasar yang baru maka suatu perusahaan harus dapat membuat suatu produk yang bernilai bagi konsumen. Produk yang bernilai berarti memiliki manfaat yang tinggi bagi konsumen. Selain daripada bermanfaat produk juga memiliki harga yang rendah. Kedua aspek ini dilihat dari kacamata produksi sehingga dengan membuat produk yang bermanfaat dan memiliki harga yang rendah akan memudahkan perusahaan untuk memasarkan produk.

Harga merupakan pengaruh dari biaya produksi. Dimana jika biaya produksi yang dihasilkan tinggi maka harga yang akan diberikan terhadap produk yang dihasilkan juga akan bernilai tinggi. Sedangkan manfaat adalah hal yang nantinya akan dirasakan oleh konsumen. Manfaat yang tinggi dari produk akan menambah nilai kepuasan bagi konsumen. Hubungan antara harga dan manfaat ini harus saling bertolak belakang dimana manfaat yang dihasilkan harus tinggi sedangkan harga yang ditawarkan bernilai rendah. Dengan demikian, produk INTI IP PBX ini diharapkan dapat diposisikan sebagai produk yang termasuk dalam Strategi Samudera Biru atau *Blue Ocean*.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

1.3.1 Pembatasan Masalah

Adapun batasan-batasan yang menjadi lingkup masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan terhadap produk INTI IP PBX (*Integrated Protocol Private Brand Exchange*)
2. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi samudera biru dengan acuan pada prinsip keempat yaitu rangkaian strategi samudera biru. Dan pendekatan ini merupakan pendekatan atas permintaan pihak PT. INTI
3. Kriteria dan jumlah responden ditetapkan oleh pihak PT. INTI
4. Penelitian dilakukan sampai dengan prinsip-prinsip perumusan

1.3.2 Asumsi

Adapun asumsi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden yang dipilih merupakan orang yang dianggap ahli
2. Kondisi perekonomian dan politik adalah stabil

1.4 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah akan dikemukakan oleh penulis dalam penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah produk INTI IP PBX PT.INTI sudah memiliki manfaat yang istimewa bagi pembeli?
2. Apakah harga pada produk INTI IP PBX PT.INTI dapat terjangkau oleh konsumen?
3. Apakah PT.INTI dapat mencapai biaya sasaran produksi untuk mendapatkan laba pada harga yang sudah ditentukan?
4. Hambatan-hambatan apa saja yang ada dalam penerimaan produk INTI IP PBX PT.INTI?
5. Dengan menganalisis rangkaian prinsip keempat strategi samudera biru, apakah produk INTI IP PBX dapat diterima oleh konsumen?

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui apakah produk INTI IP PBX PT.INTI sudah memiliki manfaat yang istimewa bagi pembeli
2. Mengetahui apakah harga pada produk INTI IP PBX PT.INTI dapat terjangkau oleh konsumen
3. Mengetahui apakah PT.INTI dapat mencapai biaya sasaran produksi untuk mendapatkan laba pada harga yang sudah ditentukan
4. Mengetahui hambatan-hambatan dalam mewujudkan produk INTI IP PBX.

5. Mengetahui apakah produk INTI IP PBX yang akan dipasarkan dapat diterima oleh konsumen

1.6 Sistematika Pembahasan

Berikut ini adalah sistematika pembahasan dalam penelitian tugas akhir:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi yang digunakan dalam mengumpulkan dan mengolah data. Kemudian terdapat perumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab 1 ini merupakan dasar bagi penulis dalam melakukan penelitian.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang digunakan selama penelitian. Dan menjadi acuan penulis dalam mengumpulkan, mengolah serta menganalisis data.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan penelitian. Mulai dari menentukan tempat penelitian hingga kesimpulan dan saran

BAB 4 : PENGUMPULAN DATA

Pada bab ini data-data yang diperlukan untuk penelitian dikumpulkan terlebih dahulu.

BAB 5 : PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi mengenai data yang telah dikumpulkan pada bab 4 kemudian diolah dan dianalisis. Analisis didasarkan kepada prinsip-prinsip dari strategi samudera biru.

BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan yang didapatkan dari hasil pengolahan data dan analisis. Kesimpulan juga menjawab semua pertanyaan dalam perumusan masalah. Kemudian saran yang ditujukan untuk perusahaan.