

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri merupakan salah satu sumber yang sangat mempengaruhi jalannya perekonomian Indonesia terutama pada zaman modern seperti saat ini. Oleh sebab itu, banyak pihak-pihak pengusaha yang memiliki modal cukup ingin mendirikan industri. Para pengusaha memilih untuk mendirikan industri karena dengan jumlah penduduk yang besar dan tersebar di seluruh Indonesia, maka dapat menjadikan industri memiliki prospek yang cerah baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Industri terdiri dari beberapa macam diantaranya industri garmen, industri makanan dan minuman, industri daur ulang plastik, dll.

Salah satu jenis industri daur ulang plastik yaitu industri daur ulang pipa *Poly Vinyl Chloride* (PVC). Industri daur ulang pipa PVC saat ini belum berdiri dan terkenal sebanyak industri garmen. Namun pemasaran dan perkembangan industri daur ulang pipa PVC tidak kalah pesat dibandingkan dengan industri garmen atau industri lainnya. Konsumen membutuhkan produk tersebut untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing, seperti untuk bahan material bangunan, untuk sarana pengairan, dll. Tentunya produk yang diinginkan oleh konsumen yaitu produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang bersaing.

PD. Sarana Mangun Lancar yang berlokasi di Jl. RE.Martadinata No. 264 Ciamis, merupakan salah satu industri daur ulang pipa PVC yang menghasilkan produk berupa pipa PVC dengan merek V-lon, Samalon, dan merek tertentu sesuai dengan permintaan dari agen. Pipa PVC yang diproduksi oleh PD. Sarana Mangun Lancar memiliki kualitas tinggi dan harga yang sangat bersaing dengan industri pesaingnya. PD. Sarana Mangun Lancar didirikan pada tahun 2001. Pada awal tahun 2004 perusahaan ini mulai memiliki agen-agen untuk memasarkan produknya, sehingga sampai saat ini

perusahaan tersebut telah memiliki 17 agen yang tersebar di seluruh Pulau Jawa, Bali, dan Lombok.

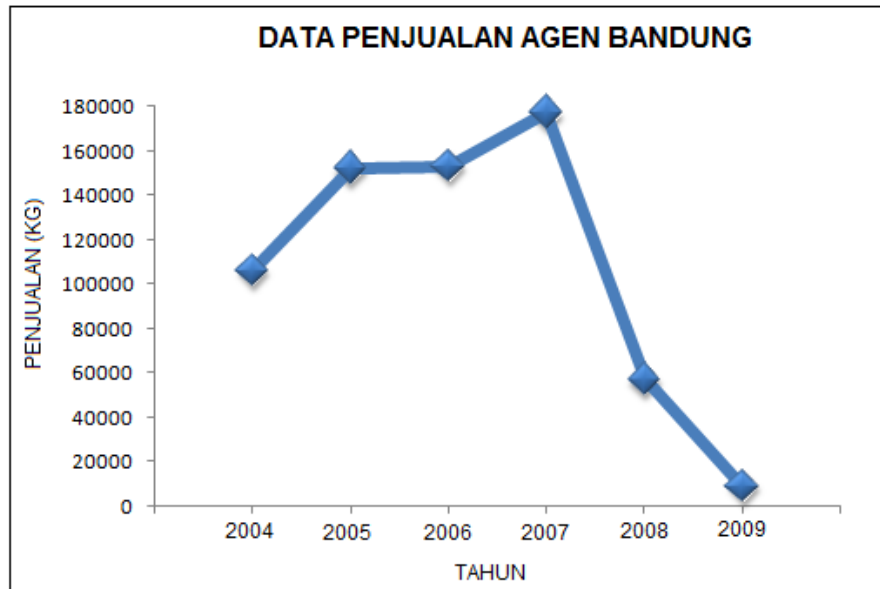
PD. Sarana Mangun Lancar melakukan pengiriman produk ke daerah Bandung sejak bulan Maret tahun 2004 dan memiliki satu agen di daerah Bandung, dimana agen tersebut bekerjasama dengan PD. Sarana Mangun Lancar untuk menjual serta memasarkan produk pipa PVC dengan merek tertentu yang diminta oleh agen daerah Bandung yaitu merek Mahalon. Cara pendistribusian pipa PVC untuk daerah Bandung yaitu dari pabrik ke agen kemudian dari agen dimasukkan ke toko-toko kemudian toko-toko menjual kepada konsumen yang sebagian besar adalah pemborong.

PD. Sarana Mangun Lancar mengalami kendala pada pemasaran produknya di daerah Bandung. Dengan adanya hal tersebut maka PD. Sarana Mangun Lancar mengalami penurunan penjualan produk pipa PVC dari tahun 2007 sampai tahun 2008 sebesar 67.80% dan dari tahun 2008 sampai tahun 2009 sebesar 84.21% (ringkasan penjualan pipa PVC untuk Agen Bandung dapat dilihat pada Tabel 1.1). PD. Sarana Mangun Lancar tidak dapat menjadi pemimpin pasar untuk daerah Bandung meskipun kualitas dari produk pipa PVC yang dihasilkan oleh PD. Sarana Mangun Lancar sebanding dengan kualitas produk dari pesaingnya.

Tabel 1.1

Ringkasan Penjualan Pipa PVC Agen Bandung Tahun 2004-2009

NAMA AGEN	PENJUALAN PIPA PVC PD.SML (KG)						TOTAL
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	PENJUALAN (KG)
Agen Bandung	106000	152000	153000	177000	57000	9000	654000



Gambar 1.1

Grafik Data Penjualan pipa PVC Agen Bandung Tahun 2004-2009

1.2 Identifikasi Masalah

Kemungkinan penyebab masalah utama yang mengakibatkan penurunan tingkat penjualan pada PD. Sarana Mangun Lancar:

1. Kurangnya informasi yang dimiliki PD. Sarana Mangun Lancar mengenai kelebihan dan kekurangan produk Pipa PVC yang diproduksi oleh pesaing, sehingga PD. Sarana Mangun Lancar mengalami kesulitan dalam memproduksi produk pipa PVC yang sesuai dengan kriteria konsumen.
2. Persaingan yang ketat dengan industri pesaing. Pada tabel di bawah ini dapat dilihat nama-nama perusahaan pesaing dari PD. Sarana Mangun Lancar.

Tabel 1.2

Perusahaan-perusahaan Pesaing PD. Sarana Mangun Lancar

Nama Perusahaan	Merek Produk	Lokasi Perusahaan
GPP (Gema Plastik Parahiangan)	Megalon	Bandung
GBH (Guna Berkat Harapan)	Maslon	Jakarta
SJA (Setia Jaya Abadi)	(Tanpa merek)	Jakarta
XXX	Lifelon	Bogor

3. Agen yang bekerjasama dengan PD. Sarana Mangun Lancar untuk mendistribusikan produk yang dihasilkan oleh PD. Sarana Mangun Lancar juga bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan pesaing lain, sehingga produk pipa PVC yang diproduksi oleh PD. Sarana Mangun Lancar mengalami persaingan dalam pendistribusian produk yang menyebabkan penurunan pada tingkat penjualan.
4. Konsumen di daerah Bandung sudah loyal terhadap satu merek produk pipa PVC dari pesaing dan tidak mengetahui kelebihan dari kualitas pipa PVC yang dihasilkan oleh PD. Sarana Mangun Lancar (dari segi ketebalan dan ketipisan produk).
5. PD. Sarana Mangun Lancar belum mengetahui segmentasi, *targeting*, dan *positioning* yang sesuai untuk mengatasi persaingan di daerah Bandung.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar topik yang akan dibahas oleh penulis dalam menyusun tugas akhir ini lebih jelas dan terarah, serta adanya keterbatasan waktu, maka penulis akan membatasi pembahasan masalah pada beberapa hal saja antara lain:

1. Pengamatan dilakukan di daerah Bandung.
2. Persaingan yang dibahas hanya dengan pesaing utama di daerah Bandung, mengingat bahwa permasalahan yang timbul terjadi pada agen yang berada di daerah Bandung.
3. Persaingan produk pipa PVC yang berwarna putih (bukan hasil daur ulang) tidak diteliti, yang diteliti dengan perusahaan pesaing hanya produk pipa PVC yang berwarna hitam, hijau dan abu-abu (hasil daur ulang).
4. Permasalahan mengenai keterbatasan informasi untuk pipa PVC dari pesaing tidak dibahas.
5. Pendistribusian produk yang dilakukan oleh agen untuk merek pesaing tidak diteliti.
6. Permasalahan mengenai tingkat loyalitas konsumen terhadap pipa PVC merek tertentu tidak dibahas.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka perumusan masalah yang dibahas adalah sebagai berikut:

1. Hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen sebagai kriteria dalam memilih dan membeli produk pipa PVC?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada PD. Sarana Mangun Lancar?
3. Bagaimana segmentasi, *targeting*, dan *positioning* pada PD. Sarana Mangun Lancar untuk mengatasi persaingan di daerah Bandung?
4. Hal-hal apa saja yang merupakan keunggulan dan kelemahan dari produk pipa PVC yang diproduksi oleh PD. Sarana Mangun Lancar?
5. Bagaimanakah usulan yang tepat bagi PD. Sarana Mangun Lancar agar dapat mengatasi persaingan dengan para pesaingnya dan agar dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen sebagai kriteria dalam memilih dan membeli produk pipa PVC.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada PD. Sarana Mangun Lancar.
3. Mengetahui segmentasi, *targeting*, dan *positioning* pada PD. Sarana Mangun Lancar untuk mengatasi persaingan di daerah Bandung.
4. Mengetahui hal-hal yang merupakan keunggulan dan kelemahan dari produk pipa PVC yang diproduksi oleh PD. Sarana Mangun Lancar.
5. Memberikan usulan yang tepat bagi PD. Sarana Mangun Lancar agar dapat mengatasi persaingan dengan para pesaingnya dan agar dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan.

1.6 Sistematika Penulisan

- Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

- Bab 2 Landasan Teori

Bab ini berisi teori-teori atau tinjauan pustaka, prinsip-prinsip dan rumus-rumus yang berfungsi sebagai landasan berpikir dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan permasalahan yang ada beserta metode-metode yang digunakan.

- Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang uraian mengenai langkah-langkah sistematis yang dilakukan dalam melakukan penelitian, sehingga penelitian ini dapat berjalan secara sistematis.

- Bab 4 Pengumpulan Data

Bab ini berisi data-data dari perusahaan yang diteliti dan informasi yang diperoleh oleh penulis untuk pengolahan data dan analisis.

- Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Bab ini berisi pengolahan data, interpretasi atas hasil pengolahan data yang terkumpul, dan analisis data yang merupakan penjelasan atas tahap analisis untuk menjawab permasalahan yang ada.

- Bab 6 Kesimpulan Dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan penulis dan pemberian saran dari penulis kepada pihak perusahaan agar dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi.