

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat pada umumnya selalu mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka dan mereka umumnya membutuhkan alas kaki berupa sepatu ataupun sandal untuk mendukung kegiatan mereka sehari-hari, baik itu dipakai dalam bekerja, berolahraga, maupun dipakai hanya untuk sekedar tampilan pelengkap dalam berbusana saja. Hal ini dapat memberikan peluang bisnis, tetapi di sisi lain akan meningkatkan pola persaingan yang semakin berat, hanya perusahaan yang dapat bersaing yang akan bertahan dan mungkin dapat mengembangkan keadaan perusahaannya. Daya kompetisi suatu industri tidak hanya ditentukan oleh produktivitas dan kualitas saja, tetapi lebih luas lagi yaitu ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk yang lebih bervariasi yang dapat memenuhi kebutuhan saat diperlukan dan memenuhi selera dari masing-masing konsumen.

Perusahaan CV Anugrah Trijaya Sakti bergerak dalam bidang pembuatan sandal dan sepatu. Pada tanggal 1 April 2002, Daniel D.W Setyadi dan keluarga mendirikan CV Anugrah Trijaya Sakti yang berada di Jl. Brujul No 6-7 Taman Kopo Indah II, Bandung. Jumlah pegawainya sampai saat ini telah mencapai 30 orang, dengan produksi 2000-4000 pasang sepatu dan sandal tiap bulannya. CV Anugrah Trijaya Sakti saat ini tidak memproduksi produk sepatu dan sandal dengan merk sendiri, tetapi perusahaan ini membuat sepatu dan sandal dengan model/tipe sendiri yang nantinya akan ditawarkan kepada perusahaan pelanggan/pemegang merk dan dipasarkan sesuai dengan merk yang diinginkan oleh pelanggan tersebut. Dahulu CV Anugrah Trijaya Sakti ini rutin menerima pesanan dari Bata, sering waktu pihak Bata mengurangi pesanannya ke CV Anugrah Trijaya Sakti, dan akhirnya perusahaan ini memutuskan hubungan kerja dengan pihak Bata, karena semakin sedikitnya pesanan.

Pada saat sekarang ini, CV Anugrah Trijaya Sakti menjadi perusahaan sub kontrak dari perusahaan Donatello, Edward Forrer, Vallenty, Ellada, Lawrensia, Saga, Her's, Yongki Komaladi, Giri Maya, dan Elle. Melalui perusahaan-perusahaan ini produk yang dihasilkan CV. Anugrah Trijaya Sakti diproduksi ke hampir seluruh Indonesia, yaitu di Sumatera, Jawa, Kalimantan, dan Sulawesi.

Agar dapat bertahan ditengah persaingan yang ada, produsen harus menjalankan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasarnya. Melihat banyaknya pendatang baru yang memberikan kualitas tidak kalah baiknya, sehingga perusahaan tersebut mengalami kegagalan mencapai target penjualan mulai pada tahun 2006 sekitar 15-20%, hal ini tentunya menurunkan target penjualan perusahaan, maka perusahaan ini harus siap menghadapi situasi tersebut. Oleh karena itu, agar dapat bertahan ditengah persaingan tersebut perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat.

Tabel 1.1
Data Pencapaian Target Penjualan CV Anugrah Trijaya Sakti

Periode (tahun)	Target (produk)	Pencapaian (produk)	Persentase Selisih Target dan Pencapaian
2006	36000	30600	15%
2007	36000	29880	17%
2008	48000	38400	20%

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil observasi dan wawancara langsung dengan Bapak Daniel D.W Setyadi selaku pemilik CV Anugrah Trijaya Sakti, maka dapat diidentifikasi hal-hal yang menyebabkan kegagalan mencapai target di perusahaan ini adalah, sebagai berikut:

1. Banyaknya perusahaan sejenis yang berdiri membuat semakin ketatnya persaingan dengan ditandai perebutan pangsa pasar dan menyebabkan penurunan penjualan.
2. Penetapan target yang dibuat perusahaan terlalu tinggi.
3. CV Anugrah Trijaya Sakti belum mengetahui pendapat pelanggan mengenai hasil produk yang diproduksinya selama ini.

1.3 Pembatasan Masalah

Mengingat luasnya bidang penelitian ini dan keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis serta keterbatasan waktu, biaya dan data yang tersedia maka penulis menentukan beberapa pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Persaingan dengan perusahaan lainnya tidak dibahas dalam penelitian ini.
2. Pada penelitian ini tidak mengkaji penetapan target.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang timbul, maka dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di CV Anugrah Trijaya Sakti?
2. Dari tiga alternatif strategi perusahaan yaitu *penetrate*, *hold and maintain*, atau *quit* alternatif rencana strategi yang sebaiknya dipilih perusahaan?
3. Bagaimana prioritas perbaikan kinerja perusahaan menurut pelanggan?
4. Bagaimana upaya perbaikan yang perlu dilakukan pada perusahaan untuk menjalankan strategi yang dipilih di atas?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pembahasan yang berkaitan dengan materi penelitian ini antara lain, sebagai berikut:

1. Menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di CV Anugrah Trijaya Sakti.
2. Menentukan alternatif rencana strategi perusahaan yang sebaiknya dipilih perusahaan.
3. Menentukan prioritas perbaikan kinerja perusahaan menurut pelanggan.
4. Upaya perbaikan yang perlu dilakukan pada perusahaan untuk menjalankan strategi yang dipilih.

1.6 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ini disusun sedemikian rupa dengan tujuan agar dapat memberikan gambaran secara jelas. Adapun sistematika penulisan laporan adalah sebagai berikut :

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini membahas gambaran awal penelitian yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan secara singkat tentang teori-teori yang digunakan dalam membantu pemecahan masalah yang ada dan pembahasannya. Teori-teori ini akan digunakan untuk membantu penulis dalam membuat kerangka berpikir dan dasar yang sesuai atas penelitian Tugas Akhir ini.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini membahas tahapan penelitian yang menguraikan langkah-langkah yang dilakukan untuk memecahkan masalah dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini.

Bab 4 Pengumpulan Data

Bab ini berisi tentang pengumpulan data umum dari perusahaan yang akan diteliti, struktur organisasi, dan data-data lain yang akan dipergunakan dalam melakukan penelitian.

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Bab ini membahas mengenai data yang telah dikumpulkan sehingga dapat digunakan untuk mengetahui keinginan pelanggan serta analisis mengenai data-data yang telah diambil oleh penulis yang mana dapat menggambarkan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam membuat dan menentukan strategi dalam melakukan penjualan produk sandal dan sepatu.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Bab ini menyajikan kesimpulan atas semua hal yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya beserta saran-saran yang dapat menjadi masukan untuk perusahaan.