

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri Mebel atau *Furniture* adalah sebuah Industri yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi dari kayu, rotan, dan bahan baku lainnya. Sehingga menjadi produk mebel atau *furniture* yang mempunyai nilai plus dan menjadi lebih tinggi manfaatnya dari sebelumnya. Di mana sebuah industri mebel atau *furniture* dituntut untuk mampu bersaing dengan industri mebel lainnya, baik dengan industri lokal maupun internasional. Yang pernah diterbitkan berita oleh Solopos sebagai berikut, yang diungkapkan oleh Asmido Komda Klaten priode 2016-2021. “Industri mebel Klaten khawatir dalam rangka menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), di tengah keterbatasan modal dan inovasi, pengusaha mebel tingkat lokal dituntut mampu bersaing dengan adanya produk mebel dari negara negara ASEAN”. Dalam hal ini, industri mebel atau *furniture* dituntut mampu bersaing baik lokal maupun internasional dari segi harga dan kualitas. Akan tetapi Industri harus siap bersaing dengan industri lokal terlebih dulu sebelum mencakup internasional.

CV Anugerah Mandiri Terletak di Desa Kadut, Bono, Tulung, Klaten adalah perusahaan yang menjalankan usaha di bidang *furniture* atau mebel dan memasarkan hasil produksinya baik di daerah klaten maupun diluar klaten. Selama tiga tahun terakhir CV Anugerah Perkasa Mandiri membukukan laba menurun dari hasil penjual Sofa Rp. 430.800.000.pada tahun 2013, mengalami penurunan menjadi Rp. 395.980.000 pada tahun 2014 dan kemudian mengalami penurunan lagi menjadi Rp. 385.340.000 pada tahun 2015. Sehingga perusahaan harus mampu bertahan dalam kondisi seperti ini, akan tetapi untuk dapat bertahan di suatu industri yang diperlukan oleh sebuah perusahaan yaitu adalah penentuan strategi yang tepat. Menurut jurnal karya Winda

Wahyu Widyasari (2013). Untuk dapat bertahan dalam dunia industri maka perusahaan harus memiliki strategi yang baik untuk dapat bertahan di persaingan yang semakin ketat ini. Apabila strategi yang diterapkan sudah baik maka perusahaan dapat bertahan di persaingan industri dan apabila strategi yang diterapkan buruk maka dapat menyebabkan kekalahan dalam persaingan.

Sebagaimana telah diterangkan di atas, perkembangan sebuah perusahaan dalam melakukan inovasi-inovasi produk selalu dihadapkan dalam sebuah persaingan pasar. Persaingan pasar yang dimaksud adalah perusahaan tidak mampu keluar dari persaingan yang semakin hari semakin mengurangi keuntungan bagi perusahaan tersebut. Kondisi dimana ruang pasar saling diperebutkan oleh banyak pihak dengan cara apapun seakan-akan sampai berdarah-darah atau disebut sebagai *Red Ocean* (Samudra Merah). Padahal dengan menonjolkan nilai-nilai berupa inovasi untuk kembali mendapatkan *customer-customer* potensial. Pengertian pasar menurut Pride & Ferrel (1995), “Mengatakan bahwa segmentasi pasar adalah suatu proses membagi pasar ke dalam segmen-segmen pelanggan potensial dengan kesamaan karakteristik yang menunjukkan adanya kesamaan perilaku pembeli dan sebagai suatu proses pembagian pasar keseluruhan menjadi kelompok-kelompok pasar yang terdiri dari orang-orang yang secara relatif memiliki kebutuhan produk yang serupa”.

Menurut penulis metode yang harus digunakan untuk menyelesaikan analisis permasalahan di atas, ada beberapa metode seperti SWOT, BCG Matrix, GE Matrix, IFAS+EFAS dan BOS. Metode SWOT menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Metode BCG Matrix menganalisa yang berhubungan dengan grafik. Metode GE Matrix menganalisa sebuah perusahaan dan produk berdasarkan dua variabel utama, yaitu kompetitif *strengths* dan *atrattivness*. Metode IFAS dan EFAS menganalisa faktor apa saja yang mempengaruhi baik di luar maupun dari dalam perusahaan tersebut. Namun metode yang digunakan oleh peneliti dalam hal ini memilih BOS (*Blue Ocean Strategy*). Karna metode ini dapat mengidentifikasi permasalahan dari mulai kekurangan kekuatan, grafik, maupun dari segi internal dan eksternal

Strategi Samudra Biru (*Blue Ocean Strategy*) adalah sebuah strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan agar keluar dari persaingan yang makin ketat dan

menciptakan pasar baru yang belum terjamah oleh perusahaan lainnya, maka dari itu suatu perusahaan harus mampu menaklukkan pasar yang telah dikuasai oleh pemain-pemain lama yang tentunya lebih berpengalaman dengan menawarkan inovasi nilai tertentu yang kemudian diterima oleh *customer*. Penelitian ini bermaksud untuk memberikan saran kepada perusahaan agar dapat menggunakan Strategi Samudra Biru sebagai alternatif cara bersaing dan juga membedah kesulitan-kesulitan yang mungkin timbul selama proses untuk mengeksekusi strategi tersebut. Data dalam penelitian ini dianalisis secara kualitatif, yaitu data primer yang diperoleh dari wawancara dan pengamatan di perusahaan kemudian digunakan analisis *internal* dan *eksternal* yang diterjemahkan memakai analisis SWOT dan data sekunder yang berupa teori, definisi dan substansinya dari berbagai literatur. Setiap industri yang dimasuki, maka Strategi Samudra Biru mampu memfasilitasi perusahaan menjadi pioner dalam industri mebel dengan menonjolkan nilai-nilai yang terkandung dalam produk. Hambatan-hambatan yang mungkin muncul adalah kurang pahaman karyawan terhadap nilai yang ditonjolkan perusahaan pada produk, selain itu ketersediaan bahan yang menjadi kekuatan pada produk tersebut masih merupakan kendala bagi perusahaan. Saran yang dapat diberikan pada perusahaan adalah dengan terus mengedukasi *customer* dan karyawan pada nilai-nilai yang ditonjolkan dengan Strategi Samudra Biru, kemudian juga perusahaan harus lebih berani dalam melakukan integrasi untuk menjaga rantai pasokan produksi.

Menurut Kim & Mauborgne (2005) *Blue Ocean Strategy* merupakan sebuah terobosan strategi perusahaan untuk keluar dari Samudra Merah (*Red Ocean*). Samudra Merah itu sendiri merupakan istilah untuk menyebut “strategi konvensional” dimana sebagian besar perusahaan saat ini penuh berkutat dengan yang disebut kompetisi. Dasar dalam membuat Strategi Samudra Biru adalah inovasi nilai. Inovasi nilai hanya terjadi ketika perusahaan memadukan inovasi dengan utilitas (manfaat), harga, dan posisi biaya. Penghematan biaya dilakukan dengan menghilangkan dan mengurangi faktor-faktor yang menjadi titik persaingan dalam industri. Nilai pembeli ditingkatkan dengan menambah dan menciptakan atribut-atribut yang belum ditawarkan industri. Maka biaya berkurang jauh ketika ekonomi skala bekerja setelah terjadi volume penjualan tinggi akibat nilai unggul yang diciptakan.

Prinsip *Blue Ocean Strategy* memiliki enam prinsip yang mendorong kesuksesan penerapan dan pelaksanaannya. Setiap strategi pasti melibatkan peluang dan resiko di dalamnya, begitu juga dengan *Blue Ocean Strategy*. Pada keenam prinsip *Blue Ocean Strategy* tersebut juga terdapat resiko-resiko yang akan ditangani oleh setiap prinsipnya. Empat prinsip pertama merupakan pemandu keberhasilan dalam merumuskan *Blue Ocean Strategy*, sedangkan dua prinsip terakhir merupakan pemandu ketika *Blue Ocean Strategy* yang efektif dieksekusi. Di mana sudah diterangkan di atas bahwa sebuah industri mebel harus dapat bersaing, dengan industri mebel lainnya, sehingga CV Anugerah perkasa Mandiri dituntut untuk bisa bertahan dalam persaingan mebel dalam upaya memenangkan persaingan bisnis, dengan menggunakan metode BOS (*Blue Ocean Strategy*)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi yang tepat untuk diterapkan sebagai strategi persaingan bisnis CV Anugerah Perkasa Mandiri berdasarkan *Blue Ocean Strategy* ?
2. Bagaimana pengaruh metode *Blue Ocean Strategy* dalam menentukan posisi kuadran dalam upaya memenangkan persaingan bisnis antara CV Anugerah Perkasa Mandiri dengan pesaing lainnya ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang harus dilakukan agar memfokuskan kajian yang akan dilaksanakan. Adapun batasan masalahnya yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan pada CV Anugerah Perkasa Mandiri dan beberapa CV yang bergerak dalam bidang pembuatan mebel yang ada di regional kabupaten Klaten.
2. Strategi Samudra Biru (*Blue Ocean Strategy*) digunakan sebagai alternatif solusi dalam penyelesaian masalah.

3. Data yang diambil adalah data *internal* dan *eksternal* dari CV Anugerah Perkasa Mandiri.

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah,

1. Untuk mengetahui dan menganalisis posisi perusahaan dalam menentukan strategi yang tepat untuk bertahan dalam persaingan.
2. Dengan upaya memenangkan persaingan dalam bisnis CV Anugerah Perkasa Mandiri. Menghasilkan suatu strategi penjualan yang baru dengan menggunakan pendekatan *Blue Ocean Strategy*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Mampu menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah dengan kondisi dilapangan, dalam kaitannya strategi pemasaran dengan *Blue Ocean Strategy*.

2. Bagi perusahaan

Digunakan sebagai usulan masukan dan sebagai sumber informasi bagi perusahaan untuk memberikan masukan strategi pemasaran dengan *Blue Ocean Strategy* sehingga dapat mengevaluasi kinerja secara lebih baik.

3. Bagi peneliti lain

Sebagai referensi lain pada penelitian berikutnya, khususnya untuk penyelesaian kasus yang berkaitan strategi pemasaran dengan *Blue Ocean Strategy*.

1.6 Sistematis Penulisan

Untuk lebih terstrukturanya penulisan Tugas Akhir ini, maka sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Memuat kajian tentang latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan permasalahan, batasan permasalahan dalam penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan laporan Tugas Akhir.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Merupakan penjelasan secara terperinci mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan untuk pemecahan masalah. Memberikan garis besar metode yang digunakan oleh peneliti sebagai kerangka pemecahan masalah.

BAB III METODE PENELITIAN

Memuat materi penelitian, objek dan lokasi penelitian, prosedur yang digunakan, data yang akan dikaji, serta cara menganalisis yang dipakai sesuai bagan alur penelitian yang telah dibuat.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Memuat data-data yang diperoleh selama melakukan penelitian beserta pengolahannya dengan metode yang telah ditentukan. Pengolahan data yang dimaksud termasuk analisis yang dilakukan terhadap hasil yang diperoleh.

BAB V PEMBAHASAN

Memuat pembahasan kritis mengenai hasil penelitian yang berupa tabel, grafik, model maupun analisis dari hasil pengolahan data. Pembahasan berupa penjelasan teoritis dari hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan dan menghasilkan rekomendasi.

BAB VI PENUTUP

Memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan pernyataan singkat dan tepat yang dijabarkan dari hasil penelitian dan pembahasan untuk menjawab rumusan masalah yang dikemukakan. Sedangkan saran adalah pemikiran yang diajukan berdasar pertimbangan penulis, diajukan kepada para peneliti dalam bidang sejenis yang ingin mengembangkan penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka memuat semua sumber kepustakaan yang digunakan dalam penelitian, baik berupa buku, jurnal, maupun sumber-sumber kepustakaan lainnya.

LAMPIRAN