

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapat kemenangan atau pencapaian tujuan. Seiring dengan perkembangan disiplin ilmu, pengertian strategi menjadi bermacam-macam sebagaimana dikemukakan oleh para ahli dalam buku karya mereka masing-masing. Menurut Stephanie K. Marrus (2002), pengertian strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selain definisi-definisi strategi yang sifatnya umum tersebut, ada juga pengertian strategi yang lebih khusus, seperti yang diungkapkan oleh dua pakar strategi, Hamel dan Prahalad (1995).

Menurut Hamel dan Prahalad (1995) pengertian strategi adalah tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir dimulai dari apa yang terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

CV Fikki Yogyakarta merupakan salah satu perusahaan CV yang memproduksi berbagai jenis snack sebagai produk andalan. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1998. Pendiri perusahaan ini adalah Bapak Zainal dan sekaligus sebagai pemimpin perusahaan di jalan Kaliurang KM 14,5 Ruko Degolan. Proses produksi dari *Snack* Fikki yaitu dengan membeli produk dari supplier kemudian *packaging* dan di labeling oleh CV Fikki selanjutnya di distribusikan. Banyaknya pesaing bisnis yang ada di daerah Yogyakarta semakin membuat persaingan semakin ketat. Salah satu pesaing dari CV Fikki yaitu CV Nayla yang juga memproduksi dan mendistribusikan berbagai jenis *snack* di daerah Yogyakarta. Oleh karena itu CV Fikki Yogyakarta ingin

memberikan inovasi agar produk yang di pasarkan unik dan menarik serta sudah memiliki izin dari departemen kesehatan.

Untuk dapat terus bertahan maupun berkembang, perusahaan membutuhkan strategi baru untuk dapat menghadapi persaingan, perusahaan CV ini harus mengetahui kondisi pesaing baik dalam maupun luarnya agar perusahaan dapat membuat strategi untuk menghadapi pesaing tersebut. Analisis SWOT di perlukan untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor external pada CV Fikki Yogyakarta. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. SWOT adalah singkatan dari lingkungan *Internal* dan lingkungan *External* yang dihadapi dunia bisnis, lingkungan *internal* yaitu *Strengths* dan *Weaknesses* sedangkan lingkungan *external* adalah *Opportunities* dan *Threats*.

*Blue Ocean Strategy* (BOS) adalah strategi bisnis yang menerapkan penguasaan ruang pasar yang tidak di perebutkan (*uncontested market space*) sehingga membuat persaingan menjadi tidak relevan. Pasar yang tidak di perebutkan tersebut di analogikan sebagai *Blue Ocean* (Samudera Biru) dimana suatu organisasi bermain sendirian tanpa ada pesaing. Sebaliknya, kondisi dimana ruang pasar saling di perebutkan oleh berbagai pihak dengan cara apapun seakan-akan sampai berdarah-darah, maka kondisi ini di analogikan sebagai *Red Ocean* atau samudera merah W.Chan Kim & Renee Mauborgne, (2005). Oleh karena itu Penulis membuat penelitian dalam memenangkan persaingan menggunakan metode *Blue Ocean Strategy*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh lingkungan internal dan lingkungan external pada CV Fikki Yogyakarta berdasarkan analisis SWOT?
2. Strategi bisnis seperti apa yang harus dibuat untuk meningkatkan penjualan pada CV Fikki Yogyakarta berdasarkan metode *Blue Ocean Strategy*?

### 1.3 Batasan Masalah

Dalam penulisan Tugas Akhir ini Penulis membuat batasan masalah, agar penelitian yang dilakukan tidak melebar dari permasalahan yang diselesaikan dan tepat mengenai sasaran. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian hanya dilakukan pada CV Fikki Yogyakarta
2. Strategi yang digunakan dalam menyelesaikan masalah adalah *Blue Ocean Strategy* (BOS)
3. Data yang diambil adalah data internal dan eksternal yang diperoleh dari CV Fikki Yogyakarta

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi pengaruh faktor internal dan eksternal perusahaan dalam strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT.
2. Menentukan strategi bisnis yang tepat pada CV Fikki Yogyakarta untuk meningkatkan penjualan produk dengan metode *Blue Ocean Strategy*.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjadi pertimbangan bagi Perusahaan dalam menentukan strategi dengan menggunakan pendekatan *Blue Ocean Strategy* (BOS).
2. Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang meneliti dengan topik yang sama.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian yang digunakan dalam pembuatan Tugas Akhir ini terbagi dalam beberapa pokok bahasan yaitu:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian Tugas Akhir serta sistematika penulisan.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini berisi penjelasan singkat tentang topic yang berhubungan dengan penelitian yang akan diteliti pada CV Fikki Yogyakarta. Selain itu Bab ini memuat dasar teori yang berhubungan dengan penelitian yang akan digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini memuat beberapa hal pokok berupa obyek penelitian, data yang digunakan serta tahapan yang dilakukan dalam penelitian secara ringkas dan jelas.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini berisi tentang data yang diperoleh selama penelitian di CV Fikki Yogyakarta dan bagaimana menganalisa data tersebut.

## **BAB V PEMBAHASAN**

Bab ini berisi pembahasan hasil yang diperoleh dalam penelitian yang dilakukan di CV Fikki Yogyakarta.

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan di CV Fikki Yogyakarta dan saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa dikembangkan dan diperbaiki pada penelitian Tugas Akhir berikutnya.