

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Die era globalisasi ini persaingan antara perusahaan semakin ketat. Semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang tumbuh dan berkembang saat ini dengan keadaan ekonomi yang kurang menentu mengakibatkan iklim persaingan semakin meningkat. Persaingan yang ketat didalam suatu industri merupakan suatu hal yang wajar. Dalam persaingan yang ketat ini perusahaan dituntut untuk merumuskan dan menetapkan strategi bersaing yang paling tepat.

Strategi adalah tujuan jangka panjang suatu perusahaan, serta pendayagunaan serta alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut (Handler, 1952:13). Strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya (Stoner dan Freeman, 1997). Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Dalam lingkungan yang selalu berubah, pandangan ini lebih banyak diterapkan.

Strategi bisnis yang tepat berguna untuk mengantisipasi ancaman-ancaman (threats) persaingan dan memanfaatkan peluang (opportunity) yang muncul dari lingkungan ekonomi, sosial, budaya, teknologi dan sebagainya. Bila terjadi

pengambilan keputusan yang salah walaupun sekecil apapun dapat mengakibatkan hilangnya kesempatan perusahaan untuk mempertahankan dan juga meningkatkan hasil penjualan dan pangsa pasarnya. Hal ini dapat dihindari dengan menggunakan perencanaan dan langkah perbaikan yang dirumuskan dalam suatu strategi.

Di dalam pertumbuhan bermacam-macam industri yang berkembang pesat terdapat industri yang mengandung nilai seni yaitu industri keramik atau gerabah. Produksi gerabah di dusun Pagerjuran, desa Melikan, kecamatan Wedi, kabupaten Klaten, merupakan salah satu karya manusia yang berupa karya seni keramik. Pengetahuan membuat gerabah keramik ini diawali pada waktu Ki Ageng Pandanaran menciptakan Genthong Naga dari tanah liat di desa Paseban, kecamatan Bayat yang kemudian diikuti sebagian penduduk dengan membuat gerabah sebagai alat rumah tangga. Diantaranya kendi, celengan, anglo dan lain sebagainya.

Kerajinan keramik yang lahir dan berkembang pada kebudayaan setempat, merupakan hasil karya masyarakat yang bertolak dari tradisi yang ada. Dalam membuat kerajinan keramik di daerah tersebut menggunakan peralatan yang sederhana, umumnya dibuat sendiri dengan bahan baku dari kayu. Hal ini pun dilakukan secara turun-temurun.

Dengan menggunakan bahan yang tersedia dan berdasarkan pengalaman kerja yang diperoleh dari kehidupan sehari-hari, kegiatan perajin keramik di dusun Pagerjuran mengalami perkembangan bentuk. Hingga saat ini sesuai dengan perkembangan teknologi yang semakin modern pembuatan keramik di daerah tersebut

tidak terbatas pada bentuk-bentuk benda yang bersifat fungsional akan tetapi sudah berkembang menjadi benda-benda seni yang bersifat hiasan.

Industri keramik milik Bapak Triyanto yang bernama “Pandanaran Ceramics (PC)” adalah salah satu dari beberapa industri keramik di daerah tersebut yang mengalami perkembangan bentuk yang cukup maju. Hal ini bisa ditunjukkan dengan berbagai macam bentuk yang telah diproduksi oleh Pandanaran Ceramics dari waktu ke waktu sejalan dengan perkembangan kebudayaan dengan berbagai inovasi.

Searah dengan perkembangan bisnis yang mengiringi kemajuan pengetahuan dan teknologi dewasa ini semakin mempengaruhi tingkat kehidupan perekonomian masyarakat. Perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan yang sama yaitu adanya keberhasilan dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan laba bagi perusahaan dan dapat terus berkembang. Begitu juga dengan Pandanaran Ceramics, dengan banyaknya persaingan, maka sulit bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar.

Perencanaan strategi adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga keserasian antara tujuan perusahaan, sumber daya perusahaan, dan peluang pasar yang terus berubah (Kotler and Bloom, 1997:41). Perencanaan dalam suatu perusahaan itu sendiri memerlukan apa yang disebut dengan manajemen strategis, dimana manajemen strategis berfungsi untuk merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan dan mengendalikan hal-hal strategis dalam suatu perusahaan (Umar, 2001:14)

Perencanaan strategik perusahaan merupakan perencanaan jangka panjang perusahaan yang disusun untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi. Alasan pentingnya rencana strategik adalah merupakan titik permulaan bagi perusahaan untuk menilai kegiatan dari organisasi. Dengan rencana strategik konsep pembahasan menjadi jelas, sehingga memungkinkan manajer untuk menentukan rencana-rencana yang memberikan arah pada organisasi dalam mencapai tujuannya.

Pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu serta mau dan mampu turut dalam pertukaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan itu. Oleh karena itu peranan pemasaran sangat penting agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Strategi pemasaran merupakan suatu logika pemasaran yang mengharapkan unit-unit bisnisnya dapat mencapai sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran dalam hubungannya dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dalam kondisi persaingan. Dalam hal ini perusahaan harus mampu mengatur strategi bisnis yang tepat untuk terus berkembang dan berinovasi, karena adanya keunggulan pesaing yang dapat mengancam posisi bisnis Pandanaran Ceramics sehingga perusahaan diharapkan dapat mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasarnya. Dengan demikian perlu adanya rancangan strategi bisnis unggul dengan mempertimbangkan strategi bersaing.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk meneliti strategi bisnis yang digunakan Pandanaran Ceramics dengan judul **“ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA INDUSTRI PANDANARAN CERAMICS DI KLATEN – JAWA TENGAH”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Melihat kondisi diatas maka peneliti akan mencoba melihat strategi bersaing yang dilakukan oleh perusahaan “Pandanaran Ceramics” dalam usahanya menghadapi kekuatan-kekuatan persaingan yang ada, maka peneliti merumuskan masalah :

1. Bagaimana posisi bisnis perusahaan Pandanaran Ceramics pada saat ini berdasarkan MDTI ?
2. Formulasi strategi bisnis apakah yang sebaiknya digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dimasa yang akan datang ?

## **1.3 Batasan Masalah**

Dalam usaha untuk menghindari penyimpangan penafsiran pada perumusan masalah di atas, penulis memfokuskan pada objek yang dipilih, maka perlu dibuat batasan masalah sebagai berikut :

1. Membatasi penelitian ini hanya pada strategi yang diterapkan oleh perusahaan, dalam hal ini yaitu Pandanaran Ceramic dikecamatan Bayat, kabupaten Klaten.
2. Membatasi hanya menggunakan alat analisis MDTI.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui posisi bisnis perusahaan Pandanaran Ceramics pada peta persaingan dilihat berdasarkan MDTI.
- b. Untuk mengetahui formulasi strategi bisnis yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan Pandanaran Ceramics dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

- a. Bagi perusahaan  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi kemajuan Pandanaran Ceramic
- b. Bagi penulis  
Penelitian ini dapat melatih berfikir ilmiah dan kreatif dengan jalan mencoba untuk membahas serta menganalisa data yang diperoleh, sehingga diharapkan dapat membantu menyelesaikan masalah bila bekerja pada suatu perusahaan.
- c. Bagi khasanah ilmu pengetahuan  
Dapat membantu dan memperdalam ilmu pengetahuan sehingga dapat berguna untuk masa yang akan datang.