

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Sebuah perusahaan harus mempunyai strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan bisnis perusahaan. Strategi bisnis sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk dapat bertahan dari persaingan yang semakin meningkat jumlah pesaingannya dari perusahaan-perusahaan baru yang mulai bermunculan dan akan semakin berlomba untuk mendapatkan target pemasaran. Hal ini menjadikan perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan. Maka dari itu setiap perusahaan perlu untuk merumuskan strateginya masing-masing agar perusahaan dapat mengetahui apa saja yang harus diterapkan sehingga dapat memenangkan persaingan.

Strategi dapat diartikan sebagai suatu arahan atau tujuan dari organisasi dalam jangka panjang yang menciptakan keuntungan bagi organisasi melalui pengolahan sumber daya (Yasar Fatih, 2010). Menurut David (2011), tujuan akhir dari strategi perusahaan adalah dalam rangka mempertahankan posisi bersaingnya, bahkan jika dimungkinkan untuk dapat meningkatkan penguasaan produk di pasar. Perencanaan strategi merupakan kunci penting bagi peningkatan kinerja di segala aspek dalam perusahaan (Karel et al., 2013).

Strategi untuk menghadapi lingkungan eksternal dapat ditetapkan dengan mengetahui apa yang menjadi ancaman, dan apa yang menjadi peluang bagi perusahaan. Setelah mengetahui lingkungan eksternal yang dihadapi, maka perlu melakukan analisis lingkungan internal untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan, dan apa yang menjadi kelemahan dari perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat selalu beradaptasi dengan lingkungan agar upaya untuk mencapai tujuan perusahaan dapat tercapai.

Berdasarkan dengan hal-hal diatas, maka perusahaan memerlukan suatu penelitian pemasaran dengan tujuan untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang telah dilakukan dengan menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) yaitu analisis terhadap lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan, serta analisis terhadap lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman. Kemudian menggunakan matrix SWOT untuk memformulasi

pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman perusahaan. Serta agar dapat tetap menghadapi persaingan dengan perusahaan lain dapat menggunakan metode *Blue Ocean Strategy* untuk menciptakan inovasi-inovasi baru agar perusahaan mempunyai nilai lebih.

*Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) merupakan alat untuk mengevaluasi strategi yang akan diterapkan sehingga dapat mengoptimalkan hasil yang diperoleh. Keuntungan menggunakan QSPM yaitu strategi-strategi dapat diperikasa secara berurutan dan bersamaan, serta tidak ada batas untuk jumlah strategi yang dapat dievaluasi secara sekaligus (Zulkarnaen dan Sutopo, 2013). QSPM mengevaluasi kemenarikan relatif dari beberapa pilihan alternatif strategi secara objektif (Bhandari dan Verna, 2013).

Bila melihat perkembangan strategi, salah satu alat untuk merumuskan strategi bersaing yang sedang banyak digunakan adalah *Blue Ocean Strategy*. Untuk merumuskan ke dalam *Blue Ocean Strategy*, diperlukan bantuan alat analisis yaitu kanvas strategi yang merangkum kurva nilai perusahaan dengan para pesaing. Selain alat analisis tersebut, dibutuhkan juga kerangka kerja empat langkah untuk merekonstruksi elemen-elemen nilai pembeli sehingga strategi samudra biru tercipta. Melalui kerangka kerja ini strategi samudra biru diformulasikan. *Blue Ocean Strategy* akan dirumuskan dalam 6 prinsip perumusan, yaitu empat prinsip dalam formulasi strategi dan dua prinsip eksekusi. Empat prinsip formulasi meliputi merekonstruksi batasan pasar, fokus pada gambaran besar, menjangkau melampaui permintaan yang ada dan melakukan rangkaian strategi yang tepat. Dua prinsip eksekusi adalah mengatasi rintangan-rintangan utama dalam organisasi dan mengintegrasikan eksekusi ke dalam strategi (Kim dan Mauborgne, 2006).

Dengan demikian, penelitian ini akan menggabungkan analisa *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) yang melakukan evaluasi lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan, kemudian akan dilanjutkan dengan *Blue Ocean Strategy* sebagai dasar dalam pengambilan keputusan penerapan strategi yang tepat untuk perusahaan.

## 2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

Seperti apakah rancangan strategi pemasaran berdasarkan analisa *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) dan *Blue Ocean Strategy* yang sesuai untuk diterapkan pada PT Kawan Sejati Akurasi?

### **3.1 Batasan Masalah**

Penelitian ini perlu adanya batasan-batasan yang dilakukan agar penelitian ini mempunyai ruang lingkup tersendiri dan terarah sehingga permasalahan tidak meluas. Beberapa batasan masalah yang diambil sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di PT Kawan Sejati Akurasi.
2. Penelitian hanya terpaku pada lingkungan internal dan eksternal perusahaan, yang menjadi indikator atau mempengaruhi pemasaran.
3. Metode yang digunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) dan *Blue Ocean Strategy*.

### **4.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka didapatkan tujuan sebagai berikut : Mendapatkan strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada PT Kawan Sejati Akurasi.

### **5.1 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan yang bersangkutan, sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran yang akan dilakukan.
2. Bagi penulis dengan penelitian ini teori-teori yang sudah didapat di bangku kuliah dapat diterapkan sehingga bisa menambah wawasan atau pengetahuan.

Bagi pihak lain, sebagai masukan yang diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan ilmu khususnya bagi pihak yang berkepentingan yang dalam bidang pemasaran.

### **6.1 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dari tugas akhir ini selanjutnya disusun sebagai berikut :

- BAB I**            **PENDAHULUAN**  
Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.
- BAB II**            **LANDASAN TEORI**  
Bab ini merupakan penjelasan terperinci mengenai teori teori yang digunakan sebagai landasan dalam pemecahan masalah.
- BAB III**           **METODOLOGI PENELITIAN**  
Bab ini berisi langkah-langkah pembuatan laporan Tugas Akhir yang diawali dengan pengamatan, pengumpulan, dan pengolahan data sehingga dapat ditarik kesimpulannya.
- BAB IV**           **PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**  
Bab ini berisi pengumpulan data eksperimen beserta pengolahan data.
- BAB V**            **PEMBAHASAN**  
Bab ini menyajikan analisis dan implementasi hasil pengolahan data.
- BAB VI**           **PENUTUP**  
Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan yang diperoleh dari analisa pemecahan masalah maupun hasil pengumpulan data serta saran untuk perbaikan bagi perusahaan.

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

1. Gambar
2. Tabel