

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan yang semakin pesat, akan menuntut suatu organisasi atau perusahaan mempunyai strategi untuk mencapai tujuannya dan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Setiap perusahaan mempunyai strategi yang berbeda-beda. Akan tetapi tujuan perusahaan pada dasarnya sama, yaitu memperoleh keuntungan maksimal, mempertahankan eksistensinya dan dapat lebih mengembangkan usahanya tersebut.

Dalam pencapaian tujuan perusahaan harus mampu membaca peluang pasar, mengantisipasi ancaman yang kemungkinan akan timbul dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri. Disamping itu, perusahaan juga harus memperhatikan kebutuhan-kebutuhannya dalam menentukan strategi pemasaran maupun kegiatan operasionalnya.

Dalam menerapkan strategi bisnisnya perusahaan terlebih dahulu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi strategi bisnis tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi antara lain adalah faktor eksternal dan faktor internal.

Faktor internal perusahaan terdiri dari pangsa pasar, harga barang, kualitas barang, variasi produk, dan investasi. Faktor internal merupakan faktor yang sepenuhnya dikendalikan oleh perusahaan. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari inflasi, perubahan teknologi, pertumbuhan pasar, daya beli konsumen, dan variabel penduduk. Faktor ini merupakan faktor yang terkontrol oleh perusahaan.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam pemasaran produk tidak lepas dari strategi pemasaran dan strategi bersaing yang efektif, karena strategi yang efektif dan efisien dalam perusahaan akan mendukung terciptanya tujuan perusahaan jangka panjang maupun jangka pendek.

Berkembangnya dunia usaha industri pakaian jadi di Yogyakarta mengalami kemajuan sangat baik, sehingga banyak perusahaan sejenis yang bermunculan. Salah satunya adalah perusahaan kaos "IN" yang terletak di Jl. Kapten Piere Terdean No 54. Di Yogyakarta. Perusahaan kaos "*In*" *T-Shirt* yang bergerak di bidang industri kaos sebagai perusahaan yang dominan yang memiliki peluang pasar yang cukup untuk tumbuh dan lebih berkembang. Perusahaan juga mempunyai kekuatan bisnis yang tinggi, artinya perusahaan tersebut memiliki keunggulan di tengah persaingan. Untuk mengantisipasi persaingan yang ketat, maka perusahaan harus lebih agresif merebut konsumen demi kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis sangat tertarik mengambil judul mengenai STRATEGI BERSAING PADA PERUSAHAAN KAOS "*IN*" *T-SHIRT* DI YOGYAKARTA.

B. BATASAN MASALAH

Untuk memperjelas dan mempermudah variabel-variabel yang akan diteliti, penulis membatasi masalah pada:

1. Perusahaan pesaing yang memproduksi produk sejenis, khususnya di Yogyakarta.
2. Dalam penelitian ini sebagai respondennya adalah manajemen puncak yang terdiri dari direktur utama, manajer bidang pemasaran, manajer bidang operasi atau produksi, dan manajer bidang keuangan.

3. Lingkungan internal perusahaan meliputi bidang operasi atau produksi yang dijadikan variabel dalam bidang ini adalah kualitas barang. Bidang keuangan variabelnya yaitu investasi. Dalam bidang pemasaran variabelnya meliputi: pangsa pasar, harga barang, dan variasi produk
4. Lingkungan eksternal yang diteliti adalah lingkungan makro yang difokuskan pada segmen ekonomi dan umum yang terdiri dari variabel antara lain: inflasi, perubahan teknologi, pertumbuhan pasar, daya beli konsumen dan variabel penduduk, yang dianalisis pada variabel ini adalah pertumbuhan penduduk, dan struktur usia. Pada lingkungan eksternal juga dilakukan analisis perusahaan pesaing, hal ini diperlukan untuk mengetahui secara detail, keunggulan dan kelemahan pesaing.
5. Analisis yang digunakan dalam penelitian menggunakan Matriks Daya Tarik Industri.
6. Dari posisi perusahaan dapat diketahui alternatif strategi yang tepat. Alternatif tersebut adalah strategi bersaing perusahaan dominan.
7. Pesaing utama dari perusahaan kaos "*In*" *T- Shirt* adalah perusahaan kaos Jangkrik.
8. Di waktu yang akan datang (2009) perusahaan diperkirakan ada perubahan variabel dan melakukan pergeseran nilai (harga) dan perluasan pangsa pasar.

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yaitu tingkat persaingan yang semakin tinggi, maka perusahaan harus memiliki strategi bersaing yang efektif dan efisien, sehingga dapat dirumuskan masalah :

1. Apakah kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan "IN" T-Shirt ?
2. Bagaimana posisi perusahaan "IN" T-Shirt ?
3. Strategi apa yang sebaiknya dijalankan oleh perusahaan "IN" T-Shirt dalam menghadapi persaingan ?

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan "IN" T-Shirt.
2. Untuk mengetahui posisi perusahaan "IN" T-Shirt , khususnya di daerah Yogyakarta.
3. Untuk menentukan strategi yang tepat untuk dijalankan oleh perusahaan "IN" T-Shirt.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi peneliti.

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan pada bidang pemasaran pada khususnya, sekaligus dapat menerapkan teori-teori tentang perekonomian yang diperoleh di bangku kuliah.

2. Bagi perusahaan.

Sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mengambil keputusan dan penentuan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan.

3. Bagi pihak lain.

Manfaat bagi pihak lain adalah menambah bahan bacaan mengenai strategi bersaing dalam menghadapi persaingan, sehingga dapat menambah pengetahuan dibidang tersebut.