

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis sudah tidak asing di telinga manusia dari kalangan muda sampai dewasa. Bisnis merupakan usaha yang dirintis oleh seseorang untuk mencapai kepuasan diri dan kepuasan pelanggan dalam menjalankan hobi dan sebuah peluang yang di ambil untuk mendapatkan laba. Pada zaman sekarang banyak bisnis yang di buka oleh anak muda bahkan yang masih melakukan jenjang pendidikan tinggi, anak sekolah menengah pun bisa menjalankan bisnis pada zaman sekarang karena adanya teknologi canggih dan internet yang sudah ada di mana-mana, kegunaan sosial media yang sangat bermanfaat dan berpengaruh bagi pembisnis, dan itu dikeluarkan oleh perusahaan-perusahaan luar negeri maupun dalam negeri.

Sosial media saat ini sangat diminati banyak orang, baik dari kalangan muda sampai tua, baik dari yang biasa sampai artis bahkan pembisnis. Saat ini orang akan membeli semua kebutuhan dan keinginan melewati internet di jaring semua sosial media misalnya, *Instagram, Facebook, Tiktok, website* perusahaan sendiri dan lain sebagainya. Internet sangat di butuhkan di era modern saat ini, karena semua hal yang dilakukan melalui akses internet.

Sekarang bisnis bisa di jalankan di rumah tanpa memiliki toko untuk menyimpan barang yang pengusaha jual ataupun jika memiliki gedung perusahaan, maka bisnis yang dilakukan dengan menggunakan sosial media atau *website* yang sudah di buat resmi oleh perusahaan itu sendiri. Bisnis sekarang sangat mudah di bangun hanya dengan menggunakan modal yang tidak terlalu besar, bisnis juga bisa dilakukan oleh seorang diri atau dengan bantuan karyawan, jika memiliki gedung perusahaan yang harus di kelola dengan memproduksi barang yang lebih dari jangkauan si pemilik perusahaan. Bisnis akan bisa berjalan dengan adanya strategi yang di tetapkan perusahaan dari awal di banggunya bisnis itu dari perusahaan kecil hingga perusahaan besar.

Maraknya bisnis pada saat ini yang membuat perusahaan khawatir akan penurunan kinerja suatu organisasi yang sudah di bentuk atau menurunnya penjualan

dan pemasaran di pasar nyata atau di pasar media (*online*). Maraknya bisnis baru yang bermunculan dengan strategi yang unik dan lebih menarik dari perusahaan yang sudah lama, sangat sulit untuk perusahaan mempertahankan apa yang sudah di capai dari sebelum banyaknya pembisnis, sehingga perusahaan di tuntut untuk bisa lebih cermat dalam berbisnis. Perusahaan yang dituntut untuk lebih kreatif dalam membuat strategi baik untuk organisasi dan strategi untuk pemasaran, perusahaan harus mengetahui lingkungan internal dan eksternal agar mengetahui persaingan di luar bisnis yang perusahaan itu jalani agar lebih mudah dalam menghadapi pesaing.

Di Indonesia sudah banyak bisnis makanan, minuman dan barang untuk keperluan rumah tangga atau kebutuhan sesama pembisnis. Dengan banyaknya pembisnis makanan, minuman dan barang-barang lainnya, membuat perusahaan yang menjual kemasan dengan muatan berkilo-kilo semakin banyak, karena banyaknya kebutuhan maka akan banyak pula kesediaan barangnya. Di Indonesia banyak perusahaan yang memproduksi *packaging & packaging equitment* baik yang berstatus PT/CV, perusahaan packaging ini semakin marak dan banyak jenisnya yang membuat customer tertarik dengan produk yang perusahaan-perusahaan itu jual.

Perusahaan yang membuat produk *packaging & packaging equitment* salah satunya yaitu CV. SINAR MEKARWANGI. Perusahaan ini sudah berdiri pada tahun 2017, perusahaan ini sudah bersaing dengan perusahaan lain yang memproduksi produk sejenis sudah lama, dan CV. SINAR MEKARWANGI sudah mempertahankan perusahaannya dengan membuat strategi yang bagus dan rapi.

CV. SINAR MEKARWANGI memfokuskan diri untuk sepenuhnya berkomitmen demi kepuasan pelanggannya, dengan cara menjaga kualitas produk, kualitas komunikasi, serta kualitas pelayanan *before and after sell*. CV SINAR MEKARWANGI juga merupakan salah satu perusahaan *produsen & supplier* produk *packaging & packaging equitment* terbaik. Berikut data penjualan pallet pesaing dan CV. Sinar :

Grafik 1.1. Data penjualan pallet



Sumber: Industri.com dan Inda(2022)

Data di atas menunjukkan bahwa CV. Sinar mekarwangi masih berada di bawah perusahaan pesaing, data di atas menunjukkan penjualan tertinggi pada tahun 2021 adalah PT. Yanasurya dan CV. Sinar harus meningkatkan penjualan dan minat beli customer agar mau menjadi pelanggan yang setia yang royal. Dengan itu perusahaan harus melihat perusahaan pesaing agar dapat melihat kekuatan dan kelemahan di dalam perusahaan dengan melihat peluang atau ancaman dari perusahaan pesaing.

Dengan demikian perusahaan harus memiliki strategi bisnis yang bagus agar perusahaan dapat menjual produk lebih dari perusahaan pesaing, dan perusahaan dapat mencapai tujuannya dengan cepat dan tepat serta mampu berinovasi dengan teknologi yang lebih canggih lagi guna memberikan pelayanan yang terbaik dan menjaga kualitas produk agar dapat memuaskan konsumen, sehingga menciptakan hubungan jangka panjang dengan para konsumen. Perusahaan perlu mengevaluasi dan menganalisis lingkungan internal maupun lingkungan eksternal, agar tidak mudah terkalahkan oleh pesaing lama, maupun dengan pesaing baru yang memiliki teknologi yang lebih canggih, manajemen sistem yang sudah tertata rapi dan sumber manusia yang berpengalaman, maka CV. Sinar Mekarwangi harus mampu mengamati dengan cermat terhadap setiap perubahan yang terjadi dalam persaingan pasar global yang sudah sangat ketat ini.

Atas sebab dan dasar itu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Bersaing CV. Sinar Mekarwangi dalam Menghadapi Persaingan Bisnis”**

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat di identifikasikan oleh penulis sebagai berikut:

1. Perusahaan akan sulit untuk berkembang jika untuk memasarkan barang hanya dari *customer* ke *customer* saja dan tidak menggunakan media sosial atau *website* sendiri.
2. Belum menggunakan teknologi sepenuhnya.
3. Memproduksi barang hanya sesuai dengan permintaan *customer*.
4. Pemilik perusahaan yang mengandalkan semua strategi kepada karyawan.
5. Kurangnya komunikasi antara pemilik dan karyawan.

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi permasalahan yang ada di CV. Sinar Mekarwangi ini menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya penelitian, maka peneliti membatasi masalah agar lebih terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah dan sesuai dengan permasalahan yang ada. Oleh sebab itu peneliti hanya meneliti strategi bersaing CV.Sinar Mekarwangi dalam menghadapi persaingan bisnis.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah kondisi lingkungan internal dalam persaingan bisnis di CV. Sinar Mekarwangi saat ini?
- b. Bagaimanakah kondisi lingkungan eksternal dalam persaingan bisnis di CV. Sinar Mekarwangi saat ini?
- c. Apakah strategi bersaing yang akan di gunakan CV. Sinar Mekarwangi?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan di atas maka peneliti ini memiliki beberapa tujuan yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kondisi lingkungan internal persaingan bisnis di CV. Sinar Mekarwangi saat ini?
2. Untuk mengetahui bagaimana kondisi lingkungan eksternal persaingan bisnis di CV. Sinar Mekarwangi saat ini?
3. Untuk mengetahui apakah strategi bersaing yang akan di gunakan oleh CV. Sinar Mekarwangi?

1.6. Manfaat Penelitian.

Ada beberapa manfaat dari penelitian yang di teliti oleh peneliti, sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, agar perusahaan mampu memahami setiap perubahan-perubahan yang ada, baik dari lingkungan internal maupun eksternal. Serta lebih cermat dalam membuat strategi bisnis dan cermat dalam mendapatkan peluang untuk berkembang dengan baik dan mengantisipasi dalam menghadapi ancaman yang akan berdampak bagi perusahaan, dan perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis, baik bersaing dengan perusahaan baru maupun perusahaan lama.
2. Bagi peneliti, menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam menghadapi persaingan bisnis dan strategi bersaing. Menambah wawasan dalam memahami bagaimana kondisi persaingan pasar saat ini, baik mengevaluasi lingkungan internal dan lingkungan eksternal agar dapat mengambil keputusan dalam memilih strategi untuk berbisnis dibidang apapun. Mampu melihat ancaman yang akan datang dan mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk berbisnis.
3. Bagi orang lain, guna untuk menambah referensi dan wawasan dalam mempelajari ilmu manajemen strategi dalam dunia bisnis baik yang berjalan maupun bisnis yang baru akan dimulai.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahani lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera di dalam laporan skripsi ini dikelompokkan dalam beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, devinisi strategi dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas fenomena yang berada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan, yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.