

Bab I

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, ketidakpastian perkembangan ekonomi Indonesia memiliki dampak yang besar terhadap perkembangan dunia usaha. Salah satu penyebab terpuruknya ekonomi Indonesia dikarenakan adanya perang dagang antara Amerika dan China (Profesor.Dr.Murpin, 2019). Salah satu sektor yang terkena dampak perlambatan ekonomi tersebut adalah industri makanan dan minuman.

Meskipun kondisi perekonomian Indonesia masih dibayangi oleh perlemahan ekonomi, namun sektor makanan dan minuman masih menunjukkan perkembangan yang mengembirakan. Berdasarkan neraca perdagangan Badan Pusat Statistik Republik Indonesia pada tahun 2020 (BPS, 2020) angka pertumbuhan pengeluaran konsumsi rumah tangga mengalami pertumbuhan sebesar 0.02%.

Komponen (1)	(y-on-y)			(q-to-q)		
	Q1/20 (2)	Q4/19 (3)	Q1/19 (4)	Q1/20 (5)	Q4/19 (6)	Q1/19 (7)
Konsumsi Rumah Tangga	2,84	4,97	5,02	-1,97	0,04	0,05
a. Makanan & Minuman, Selain Restoran	5,10	5,08	5,32	0,93	-0,74	0,91
b. Pakaian, Alas Kaki, & Jasa Perawatannya	-3,29	3,76	4,48	-6,28	0,91	0,55
c. Perumahan & Perlengkapan Rumah Tangga	4,47	4,93	4,39	-0,46	1,67	-0,01
d. Kesehatan & Pendidikan	7,85	7,35	5,54	1,54	0,02	1,07
e. Transportasi & Komunikasi	-1,81	4,37	5,13	-6,82	-0,09	-0,96
f. Restoran & Hotel	2,39	6,18	5,64	-4,78	1,28	-1,26
g. Lainnya	3,65	2,38	2,40	0,86	-0,89	-0,38

Gambar 1.1 Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga

Sumber: BPS, 2020

Kenaikan tingkat konsumsi rumah tangga ditengah perlemahan ekonomi menunjukkan ada beberapa sektor yang masih tumbuh dan terus berkembang, salah satunya adalah sektor makanan dan minuman. Kenaikan tingkat konsumsi terutama di sektor makanan dan minuman membuat para produsen makanan dan minuman melihat adanya peluang untuk meningkatkan kinerja perusahaan mereka.

Perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan minuman membutuhkan pihak kedua untuk mendistribusikan produknya. Hal ini dikarenakan wilayah geografis Indonesia yang sangat luas. Distributor merupakan salah satu kegiatan kewirausahaan serta pihak yang berperan mendistribusikan produk perusahaan. Selain berperan mendistribusikan produk, distributor juga berperan membantu memajukan perekonomian daerah setempat.

Distributor merupakan perpanjangan tangan produsen dimana mereka bertugas untuk menyalurkan produk sampai ke tangan pengecer atau toko. Dalam hal kewirausahaan diperlukan karakter yang kreatif serta inovatif dalam memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya. Karena peluang yang dimiliki distributor sangat besar, jika dijalankan dengan baik. Namun, untuk menjadi distributor tidak semudah yang dibayangkan oleh banyak orang. Semakin besar distributor, maka semakin banyak persoalan yang akan dihadapi, seperti kesulitan mengontrol stabilitas produk yang dimiliki distributor, kesulitan menentukan biaya operasional dalam pengangkutan produk hasil produksi produsen (prinsipal) ke gudang milik distributor, kesulitan mengontrol limit transaksi yang dimiliki setiap customer (agen, toko, supermarket, dan lainnya), kesulitan untuk mengontrol setiap kegiatan yang dilakukan oleh marketing, ketidaksesuaian data stock yang dimiliki program dan data yang ada di gudang, dan ketidak harmonisan antara prinsipal dengan pimpinan distributor. Dari sekian banyak masalah atau kendala yang dihadapi oleh distributor permasalahan yang paling krusial yang dihadapi oleh distributor adalah piutang.

Dalam menjalankan usaha sebagai distributor, perusahaan distributor tersebut tidak hanya mengalami kendala internal, tetapi mereka juga mengalami kendala eksternal. Salah satu kendala eksternal yang harus dihadapi oleh distributor adalah persaingan antar distributor. Persaingan yang ketat antar distributor mengharuskan setiap distributor memiliki strategi bisnis yang baik agar mereka dapat berhasil dalam persaingan antar sesama distributor (Maulina,2019). Dengan memiliki strategi bisnis, terutama strategi dalam rantai pasok, maka diharapkan perusahaan dapat unggul dalam persaingan tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan di PT. Sinar Ponti Lestari yang merupakan perusahaan yang telah berpengalaman dalam bidang distribusi selama belasan tahun dan perusahaan yang dikenal sebagai salah satu distributor terbesar di daerah Kalimantan Barat. Penelitian ini berfokus pada strategi manajemen hingga pelajaran yang bisa diambil bagi para wirausaha muda dalam membangun maupun memulai bisnisnya. Strategi manajemen yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis EFE (Eksternal Factor Evaluation), IFE (Internal Factor Evaluation), CPM (Competitive Planning Matrix) dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).

1.2 Rumusan masalah

PT. Sumber Ponti Lestari merupakan salah satu usaha perusahaan distributor yang cukup terkenal di Kalimantan Barat. PT. Sinar Ponti Lestari mendistribusikan berbagai macam produk makanan dan minuman dari berbagai perusahaan di Indonesia, seperti PT. Sinde Budi Sentosa, PT. Mikie Oleo Nabati Industri (SUNCO), PT. Yhs Indonesia dan lain-lain. Sebagian besar konsumen PT. Sumber Ponti Lestari adalah para agen, supermarket, retailer yang ada di daerah Kalimantan Barat.

Keanekaragaman produk yang didistribusikan merupakan salah satu keunggulan dari perusahaan ini. Sejauh ini permasalahan yang sering dihadapi oleh PT. Sinar Ponti Lestari yaitu terkait dengan piutang dari customer dan mengontrol stok (stabilitas) produk yang didistribusikan. Adapun kendala lain yang dihadapi perusahaan yaitu hubungan antara PT. Sinar Ponti Lestari dengan para principal. Untuk itu diperlukan strategi bisnis yang tepat untuk memenangkan persaingan bisnis antar sesama perusahaan distributor. Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana penerapan analisis strategi manajemen (EFE, IFE, CPM dan QSPM) dalam menciptakan alternative strategi bisnis untuk pengembangan bisnis PT. Sinar Ponti Lestari?
2. Apa alternatif strategi bisnis untuk pengembangan bisnis pada PT. Sinar Ponti Lestari?

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bersaing yang dapat digunakan dalam menghadapi persaingan bisnis antar distributor.

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis strategi manajemen dalam keberhasilan strategi bersaing PT. Sinar Ponti Lestari
2. Mengetahui alternatif strategi bisnis yang tepat di dalam pengembangan bisnis PT. Sinar Pointi Lestari.
3. Mengetahui nilai-nilai kewirausahaan yang dapat menjadi pelajaran bagi para wirausaha.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya menganalisis strategi bersaing dari PT. Sinar Ponti Lestari yang meliputi analisis EFE, IFE, CPM dan QSPM. Analisis didasarkan pada data primer yang diperoleh langsung dari PT. Sumber Ponti Lestari. Pengambilan data akan dilakukan pada bulan Februari 2020 sampai April 2020.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri atas lima bab, berikut ini adalah penjelasan serta penjabaran untuk setiap bab:

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Menjelaskan teori-teori yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian, dan mendukung penelitian ini. Teori-teori ini berdasar pada berbagai sumber seperti buku, jurnal serta artikel surat kabar yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menggambarkan tahapan sistematis yang akan dilakukan dalam penelitian yang terdiri dari penelitian pendahuluan, identifikasi masalah, studi pustaka, tujuan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisa hasil, dan yang paling akhir yaitu kesimpulan dan saran.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisis dan pengolahan data. Analisa dan pembahasan ini akan menghasilkan strategi bisnis yang digunakan serta usulan-usulan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kesimpulan dan saran berisi mengenai kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian dan berkaitan dengan strategi yang digunakan perusahaan. Serta usulan-usulan yang bermanfaat bagi perusahaan juga akan diberikan berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

