

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, setiap perusahaan harus dapat melakukan penilaian terhadap potensial globalisasi yang terjadi pada industri dimana perusahaan tersebut tumbuh. Kerangka berpikir dalam melakukan penilaian tersebut sangat penting untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis dalam industri tersebut. Beberapa hal yang memacu dan menyebabkan terjadinya potensial globalisasi industri adalah diantara adanya persaingan global (global competitive drivers) dimana pesaing kita tidak hanya ada pada suatu negara tetapi bisa juga berada pada suatu lingkungan area/global. Adanya perubahan kebijakan pemerintah (government drivers) seperti adanya kebijakan perdagangan, peraturan atau tehnikal standar khusus pada suatu negara untuk bisa melakukan transaksi perdagangan. Adanya perubahan standar keinginan pelanggan (customer needs), dan pelanggan yang semakin besar (global customer drivers) dan transparansi marketing know-how membuat globalisasi industri tidak bisa dihindari, termasuk diantaranya tuntutan terhadap biaya produksi yang lebih rendah (cost drivers) dengan memperhatikan lokasi sumber daya strategis, perbedaan biaya pada setiap negara, kemungkinan untuk melakukan flexibility dan inovasi. Global strategi yang baik adalah suatu strategi yang dibuat hanya untuk suatu perusahaan dalam lingkungan dan kondisi yang khusus pula.

PT Abc Chemical Indonesia adalah sebuah perusahaan modal asing yang bergerak di bidang industri kimia dengan memproduksi bahan kimia bernama Styrene Butadiene Latex yang digunakan untuk aplikasi di industri kertas koating dan industri karpet. Perusahaan kimia ini berorientasi merebut pasar dalam negeri sebagai sasaran utamanya dan pasar luar negeri sebagai sasaran berikutnya untuk memenuhi kapasitas produksinya secara penuh. Mulai tahun 1990-an hingga saat ini pemakaian latex untuk industri kertas koating local didominasi oleh group perusahaan Sinar Mas yaitu Asia Pulp and Paper (APP) yang menguasai hampir 60% pasar industri kertas koating di Indonesia dengan 3 (tiga) pabrik besar di Indonesia yaitu PT. Tjiwi Kimia Tbk, PT. Pindo Deli Tbk dan PT. Indah Kiat Pulp and Paper. Tbk. Adanya permintaan latex yang besar di pasar dunia dan Indonesia khususnya, membuat persaingan bisnis latex semakin ketat dan mendunia, semakin banyak pemasok latex yang masuk ke dalam industri ini (Harian Kompas, 22 Januari 2000)

Namun kenaikan permintaan latex ini diikuti dengan kenaikan bahan baku yang cukup signifikan mulai tahun 1999 karena kenaikan harga minyak bumi akibat resesi ekonomi dunia dan gejolak situasi politik dan keamanan di Timur Tengah, sebagai pemasok terbesar minyak mentah dunia. Selain itu dengan semakin menurunnya nilai pajak impor terhadap komoditi latex yang diberlakukan oleh negara-negara yang tergabung dalam AFTA yang sepakat untuk menerapkan pasar bebas, sehingga beberapa pemasok latex di Asia yang pada awal tahun 1990-an berjumlah sekitar 10-15 pemasok, saat ini hanya tinggal sekitar 3 pemasok yang masih bertahan menghadapi persaingan bisnis. Banyak dari

pemasok latex tersebut yang tutup dan juga bergabung (merger) satu dengan lainnya. Adapun 3 pemasok yang masih bertahan adalah BASF, Rasio, dan Abc Chemical. Keberadaan barang impor masuk ke Indonesia membuat pabrik kertas mempunyai pilihan alternatif untuk mendapatkan harga yang lebih murah.

Pada tahun 1999, Sinar Mas Group sebagai salah satu perusahaan konglomerasi termuka di Indonesia menghadapi masalah financial sehingga perusahaan ini harus masuk dalam list perusahaan yang bermasalah yang ditangani oleh BPPN, hal ini juga mempengaruhi kegiatan operasional ke-tiga anak perusahaan kertas yang disebutkan diatas sehingga permintaan akan latex juga menurun drastis untuk pasar lokal akibat pemakai terbesar menghadapi masalah financial.

Berikut data actual penjualan latex dari tahun 1995 sampai dengan tahun 2003 dibandingkan dengan rencana penjualan. (Sales data PT. Abc Chemical Indonesia, 2004)

#### **Era Harga Minyak Stabil, Demand Tinggi**

Tahun	Actual (MT)	% dari Rencana Penjualan
1995	5600	65
1996	7750	75
1997	10220	85
1998	13310	95

(Sales data PT. Abc Chemical Indonesia, 2004)

#### **Era Pasar Bebas, Resesi Ekonomi, Kenaikan Harga Minyak**

Tahun	Actual (MT)	% dari Rencana Penjualan
1999	12900	98
2000	11825	95
2001	5945	75
2002	6658	78
2003	7775	80

(Sales data PT. Abc Chemical Indonesia, 2004)

Menghadapi kondisi diatas perlu disusun strategi pemasaran yang berorientasi pasar yang dapat mengantisipasi keinginan dan kebutuhan konsumen agar berhasil dalam mempertahankan pangsa pasar dalam lingkungan usaha dengan persaingan yang semakin ketat.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Beberapa implikasi yang mempengaruhi strategi pemasaran latex di Indonesia yaitu :

- a. Adanya implikasi akibat kenaikan bahan baku yang cukup signifikan mulai tahun 1999 karena kenaikan harga minyak bumi akibat resesi ekonomi dunia dan gejolak situasi politik dan keamanan di Timur Tengah, sebagai pemasok terbesar minyak mentah dunia.
- b. Adanya implikasi semakin menurunnya nilai pajak impor terhadap komoditi latex yang diberlakukan oleh negara-negara yang tergabung dalam AFTA yang sepakat untuk menerapkan pasar bebas.
- c. Adanya implikasi masalah finansial pada pelanggan latex terbesar di Indonesia terhadap tingkat penjualan latex lokal dan utilisasi kapasitas pabrik.

Lebih lanjut permasalahan yang dihadapi PT Abc Chemical Indonesia selaku produsen latex dengan adanya implikasi-implikasi tersebut adalah :

1. Apakah strategi pemasaran yang diterapkan masih relevan dengan perubahan kondisi dan situasi lingkungan pasar yang baru?
2. Apakah perubahan-perubahan yang terjadi di pasar berpengaruh terhadap strategi pemasaran yang dijalankan?

3. Strategi pemasaran seperti apa yang akan diusulkan untuk diterapkan agar bisa diperoleh keunggulan dalam bersaing sehingga pangsa pasar dapat dipertahankan dan ditingkatkan?

### **1.3. Tujuan Penulisan**

- Mempelajari strategi pemasaran yang berjalan sampai saat ini.
- Mempelajari permasalahan yang ada dalam mengimplementasikan suatu strategi pemasaran sebagai akibat adanya perubahan lingkungan dalam industri
- Merumuskan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi lingkungan dalam industri.
- Memberikan referensi dan usulan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran pada suatu perusahaan khususnya dibidang manufacturing industri bahan kimia.

### **1.4. Manfaat Penulisan**

- Manfaat bagi perusahaan

Penulisan paper ini bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan masukan dan referensi dalam mengevaluasi strategi pemasaran yang harus diterapkan menghadapi era persaingan globalisasi.

- Manfaat bagi penulis

Penulisan paper ini bermanfaat bagi penulis untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagaimana menganalisa strategi pemasaran suatu produk bahan kimia dikaitkan dengan teori pemasaran yang dipelajari pada mata kuliah Industri Retail Marketing.

### **1.5. Pembatasan Masalah**

Dalam pembahasan ini analisa implementasi strategi pemasaran dilakukan dengan metode studi kasus pada perusahaan manufacturing yaitu pabrik Styrene Butadiene Latex dari PT Abc Chemical Indonesia yang berlokasi di jalan Raya Merak Km 117.5 Cilegon, Banten dan mempunyai kantor pusat di Gedung GKBI, Sudirman Jakarta.

Teori Strategi Pemasaran yang dipakai dengan menggunakan Analisis Persaingan Industri, Analisis Competitive Profile Matriks, Analisis Matriks SWOT, Analisis QSPM, Analisis STP dan Analisis Strategi Bauran Pemasaran yang dimulai dengan identifikasi produk sampai bagaimana process seleksi terhadap strategi pemasaran yang tepat dan dipilih dan dilaksanakan sesuai dengan kemampuan perusahaan dan lingkungan yang ada pada industri kimia.

Analisis didasarkan atas data 9 (sembilan) tahun terakhir (tahun 1995 sd 2003) dengan daerah pemasaran seluruh Indonesia dan usulan langkah-langkah tindakan operasional strategi pemasaran untuk jangka waktu 5 (lima) tahun kedepan (tahun 2004-2009).

### **1.6. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan term paper ini disusun dalam beberapa bab sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, pembatasan masalah serta sistematika penulisan

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisi teori dan konsep-konsep yang digunakan sebagai pendekatan dan berkaitan dengan materi serta permasalahan yang dibahas.

### BAB III METODOLOGI PENULISAN

Berisi pendekatan dan kerangka konseptual pemecahan masalah yang dituangkan dalam bagan alir pemecahan masalah berikut langkah-langkah yang dilakukan didalam analisa dan strategi yang dirancang.

### BAB IV PENGUMPULAN DATA

Berisi gambaran perusahaan yang menjadi objek dalam penulisan tugas akhir meliputi : sejarah singkat perusahaan, unit produksi yang dimiliki, dan strategi perusahaan. Dalam bab ini juga disajikan data yang diperlukan dalam analisis dan pembahasan.

### BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas secara rinci dan dilakukan analisis atas strategi pemasaran yang saat ini diterapkan. Analisis yang dilakukan meliputi : Analisis Persaingan Industri, Analisis Competitive Profile Matriks, Analisis Matriks SWOT, Analisis QSPM, Analisis STP dan Analisis Strategi Bauran Pemasaran. Berdasarkan analisis tersebut diatas, disusun strategi pemasaran baru yang dirumuskan untuk meningkatkan keunggulan bersaing.

### BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan atas hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan serta saran-saran perbaikan yang akan direkomendasikan kepada perusahaan untuk diterapkan.