

BAB I

PENDAHULUAN

I Latar Belakang

Setiap perusahaan dalam visi dan misinya menginginkan adanya sustainable profit yang material dan perluasan pangsa pasar. Ada banyak cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuannya tersebut, tetapi seringkali dalam mencapai tujuannya tersebut perusahaan tidak memperhitungkan faktor - faktor lain yang dapat ditimbulkan terlebih bila faktor - faktor yang dapat merugikan perusahaan itu sendiri seperti harga yang tidak relevant, baik terlalu tinggi maupun terlalu rendah, kebijaksanaan/policy yang dapat membuat produk utama menurun. Pihak management tidak melakukan survey pasar dan analisa pasar serta perhitungan matematis yang mendukung dan cukup dalam pengambilan keputusan suatu policy.

PT. "Y" merupakan salah satu perusahaan lighting fixtures (rumah lampu) yang terkemuka di Indonesia dengan menguasai pangsa pasar sekitar 46% berdasarkan survey terakhir yang dilakukan, tetapi pada saat ini segmen pasar yang dikuasai oleh PT "Y" adalah menengah ke atas tetapi lebih cenderung pada pasar segmen atas terlihat dari customer yang ada biasanya seperti properti, BUMN, kontraktor besar maupun perusahaan - perusahaan lain yang besar.

Management menginginkan penguasaan pasar dari segmen atas sampai bawah oleh sebab itu pihak management bermaksud mengeluarkan kebijaksanaan dengan mengeluarkan suatu produk yang harganya menjangkau pihak bawah tetapi dengan mutu yang bagus perbedaannya hanya pada bahan dasar yang berbeda tetapi tidak

berbeda tetapi tidak berbeda pada bahan yang lain, jadi diharapkan bahwa konsumen dari bawah sampai atas menggunakan produk dari PT. "Y" walupun dengan merk yang berbeda sehingga dapat menyumbang profit yang material kepada perusahaan.

II. Perumusan Masalah

Dalam pembuatan paper ini, penulis ingin melakukan penelitian dan memberikan saran - saran atas masalah - masalah atas kebijaksanaan dari management dalam mengimplementasikan kebijaksanaan yang telah ditetapkan oleh perusahaan lebih kurang 6 bulan sejak pertama launching produk second.

m Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa apakah dalam pelaksanaan kebijaksanaan yang baru itu menguntungkan perusahaan dan lelah dapat berjalan dengan efektif dan tujuan utamanya, yaitu menguasai pasar itu berhasil dengan baik dan tidak mengnacam main product/produk utamanya.

IV. Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah

- Penelitian didasarkan pada Laporan Keuangan perusahaan PT "Y" dari bulan Ags 2001 s/d Feb 2002

V. Sistematika Pembahasan

Struktur penulisan paper ini dijelaskan, sbb:

- a Bab I, merupakan bab pendahuluan yang meliputi Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah dan Sistematika Pembahasan
- a Bab II, membahas tinjauan kepustakaan yang berisi teori dan referensi yang berhubungan dengan masalah
- a Bab III, membahas metodologi yang dipakai dalam tesis ini untuk mengolah data.
- a Bab IV, membahas analisa dan interpretasi dan hasil pengolahan data yang diperoleh
- a Bab V, merupakan kesimpulan yang didapat dari tesis ini dan saran - saran yang perlu disampaikan bagi perbaikan maupun pengembangan lebih lanjut dari tesis ini.

