

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini strategi bersaing menjadi fenomena yang menarik untuk di bicarakan setiap pembisnis karena strategi tersebut merupakan kunci kesuksesan pembisnis. Setiap pembisnis yang mempunyai usaha sendiri sekarang dituntut untuk bagaimana caranya menghadapi persaingan persaingan yang ada di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen. Sudah seharusnya sekarang setiap pengusaha mencari kelemahan - kelemahan yang ada untuk di minimalkan dan memaksimalkan kekuatan yang ada untuk mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Usaha ini dituntut untuk memiliki strategi yang tepat dalam mewujudkan tujuan bisnis mereka. Dengan adanya fenomena pertumbuhan ekonomi di seluruh daerah yang mengalami peningkatan yang sangat signifikan jelas membuat persaingan usaha di setiap daerah semakin ketat. (www.kppu.go.id, 2013). Hal tersebut menyebabkan manajemen dari setiap perusahaan mendapatkan tantangan agar selalu berusaha secara kompetitif dalam menghadapi persaingan usaha tersebut.

Pearce dan Robinson (2008) menyatakan strategi adalah rencana berskala besar dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dan strategi bersaing menurut Philip Kotler (2001) menyatakan strategi yang secara kuat menempatkan perusahaan terhadap pesaing dan yang memberi perusahaan keunggulan bersaing yang sekuat mungkin. Strategi mencerminkan pengetahuan perusahaan mengenai bagaimana, kapan, dan dimana perusahaan akan bersaing, dengan siapa perusahaan sebaiknya bersaing, dan untuk tujuan apa perusahaan harus bersaing. Selain itu, strategi mempengaruhi perkembangan jangka panjang perusahaan, biasanya untuk lima tahun kedepan dan berorientasi ke masa yang akan datang. Keunggulan bersaing dalam sebuah organisasi dapat diperoleh dengan memperhatikan nilai superior bagi pelanggan, kebudayaan dan iklim untuk membawa perbaikan pada efisiensi dan efektivitas.

Dengan kemajuan teknologi yang tidak dapat dibendung maka suatu produk perusahaan akan tambah berkembang sampai pada suatu titik, dimana produk tersebut nantinya akan sulit dibedakan antara satu dengan lainnya. Agar menang dalam suatu persaingan, maka dalam memasarkan produk saat ini produsen tidak hanya berdasarkan pada kualitas produk saja, tetapi juga bergantung pada strategi yang umumnya digunakan perusahaan yaitu orientasi pasar (Never and Slater,1990) dan inovasi (Wahyono,2002) dan orientasi kewirausahaan (Weerawerdena,2003).

Menurut Nerver dan Slater (1990) mengemukakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, sedangkan Greenley (1995) mendapatkan hasil bahwa hubungan antara orientasi pasar dan kinerja pemasaran kurang signifikan.Salah satu penyebab kegagalan dalam persaingan adalah takut dalam persaingan, Kecenderungan pelaku bisnis di Indonesia yang lebih tertarik mencari lahan usaha yang tidak ada kompetitornya, menjadi salah satu faktor penyebab kegagalan bisnis mereka. Sebab, dengan memilih berbisnis di zona aman, biasanya para pemula terjebak dengan penjualan barang atau jasa yang tidak terlalu dibutuhkan pasar. Alhasil, meskipun resiko persaingan bisnisnya relatif kecil, namun omzet per bulannya juga tidak bisa melesat secara maksimal

Untuk sebuah usaha yang sukses, tidak mungkin apabila tidak adanya pesaing usaha. Setiap usaha apapun pasti memiliki pesaing, dan kadang pesaing itu membuat wirausahawan menjadi takut usahanya tersaingi, tidak laku atau bahkan bankrut. Pesaing usaha bukanlah akhir dari usaha kita, pesaing usaha juga bisa bernilai positif bagi usaha kita seperti kita bisa terpacu untuk membuat sesuatu yang inovatif sehingga kita lebih unggul daripada pesaing kita. Para wirausahawan harus memiliki kompetensi yang menonjol yang bisa membedakannya dengan orang lain. Setelah memiliki kompetensi, wirausahawan harus menyusun strategi-strategi untuk menjalankan bisnisnya. Ketika kompetensi yang dimiliki bersinergi baik dengan strategi yang dijalankan, di saat itulah wirausahawan dapat tetap bertahan di tengah perubahan pasar yang sangat signifikan. Jika tidak memiliki hal tersebut bisa dikatakan usaha yang dirintis akan tenggelam begitu saja.

Berdasarkan penjelasan di atas,meneliti tentang strategi bersaing suatu usaha merupakan hal yang menarik karena di setiap usaha yang akan di jalankan pasti nya akan ada suatu tehnik persaingan dimana tehnik setiap usaha itu berbeda - beda dan bagaimana cara nya memenangkan persaingan hingga di terima di pasar.

UD Delta Tehnik merupakan perusahaan perorangan dan berdiri sejak tahun 1990,yang didirikan oleh Janto Jatiman.Saat ini Janto Jatiman menjabat sebagai pemilik dari UD Delta Tehnik.UD Delta Tehnik berdomisili di Jalan Bubutan no.18A,Surabaya.UD Delta Tehnik ini bergerak di bidang alat perkayuan dan di supply dari Taiwan,Cina,dan pembelian lokal.Beliau memilih dalam bidang wood working atau alat tehnik perkayuan tersebut dengan alasan pada saat sekitar tahun 1985 industri perkayuan sedang booming dan tidak banyak perusahaan yang bergerak di bidang tersebut.Seiring dengan berjalannya waktu dari tahun ke tahun semakin banyak kompetitor yang bergerak di bidang alat perkayuan atau tehnik,sehingga dibutuhkan strategi bersaing untuk bersaing dengan kompetitornya

Dalam penelitian ini,penulis tertarik untuk menganalisa strategi bersaing yang dilakukan oleh UD Delta Tehnik dalam menghadapi kompetitor-kompetitornya.Melalui strategi bersaing yang di jalankan oleh UD Delta Tehnik,diharapkan persaingan yang dilakukan dapat meningkatkan penjualan produk yang diterima di pasar.Selain itu penulis juga ingin mengetahui bagaimana UD Delta tehnik bisa bertahan dalam menghadapi kompetitor yang semakin banyak dari tahun ke tahun.

1.2 Batasan Penelitian

Adapun batasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti tentang *Distribution, Promotion, Product Quality, Product Inovation, Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*
2. Pengujian terhadap model yang diteliti menggunakan data dari hasil pembagian kuesioner kepada objek yang diteliti.

3. Adapun karakteristik responden yang diteliti sebagai berikut: responden yang berdomisili di Surabaya, responden yang pernah melakukan pembelian minimal 5 kali pembelian produk di UD Delta Teknik.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah distribusi (*distribution*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) pada produk Delta Teknik di Surabaya.
2. Apakah promosi (*promotion*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasa konsumen (*customer satisfaction*) pada produk Delta Teknik"di Surabaya.
3. Apakah kualitas produk (*product quality*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) pada produk Delta Teknik di Surabaya.
4. Apakah inovasi produk (*product inovation*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) pada produk Delta Teknik di Surabaya.
5. Apakah harga(*price*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) pada produk Delta Teknik di Surabaya.
6. Apakah kualitas layanan (*service quality*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) pada produk Delta Teknik di Surabaya.
7. Apakah kepuasan konsumen(*customer satisfaction*)memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*)pada produk Delta Teknik di Surabaya.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk menganalisis:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh distribusi(*distribution*) terhadap kepuasan pelanggan(*customer satisfaction*) pada UD Delta Teknik di Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh promosi (*promotion*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pada UD Delta Teknik di Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk(*product quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pada UD Delta Teknik di Surabaya.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh inovasi produk (*product inovation*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pada UD Delta Teknik di Surabaya.
5. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga (*price*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pada UD Delta Teknik di Surabaya.
6. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas layanan (*service quality*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) pada UD Delta Teknik di Surabaya.
7. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) terhadap loyalitas pelanggan(*customer loyalty*) pada UD Delta Teknik di Surabaya.

1.5 Manfaat penelitian

1.5.1 Manfaat Penelitian Bagi Penulis

1. Penelitian ini bermanfaat sebagai bentuk implementasi penulis untuk pelajaran yang telah diperoleh dari perkuliahan untuk menambah wawasan penulis.

1.5.2 Manfaat Penelitian Bagi Pembaca

1. Sebagai sarana untuk menambah wawasan serta refrensi bagi pembaca.

1.5.3 Manfaat Penelitian Bagi Pembisnis

1. Melalui penelitian ini, pembisnis dapat memahami strategi bersaing yang akan dilakukan untuk menghadapi kompetitornya.

1.6 Sistematika Penulisan

Guna memudahkan pembahasan, penulisan penelitian ini disusun secara sistematis ke dalam beberapa bab berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik teoritis maupun praktis, dan sistematika penulisan.

BAB II :TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi teori-teori tentang *distribution, promotion, product quality, product inovation, price, service quality, customer satisfaction*, dan *customer loyalty*. Bab ini juga berisi penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur penelitian

BAB III :METEDOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variable serta metode analisis data.

BAB IV :ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai gambaran umum UD Delta Teknik , analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V :KESIMPULAN

Bab ini berisi mengenai simpulan, *implikasi*, dan rekomendasi.