

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bangkitnya kembali perekonomian di Indonesia, mendorong industri-industri yang ada untuk kembali hadir dan bersaing. Berbagai industri yang ada sekarang ini, mempunyai pengaruh dalam penyediaan lapangan pekerjaan, serta berpengaruh terhadap dampak perkembangan industri di Indonesia pada umumnya. Dengan demikian pentingnya dunia industri ini untuk dijadikan bahan perenungan bagi setiap negara, perusahaan bahkan perorangan untuk memberikan sikap guna mendukung berkembangnya dunia industri khususnya di Indonesia.

Krisis ekonomi yang berlangsung dari tahun 1997, sempat membuat beberapa industri gulung tikar, sehingga mengakibatkan merosotnya hasil-hasil industri, termasuk pandangan dibidang industri, baik dari dalam maupun luar negeri. Seiring dengan waktu yang berjalan, terlihat mulai banyak usaha industri bangkit kembali. Salah satu jenis industri yang turut berperan adalah industri manufaktur atau pabrikan. Banyaknya industri pabrikan yang bertumbuh saat ini membuat para investor tertarik untuk mengambil bagian didalamnya, termasuk industri pabrikan semen tahan api. Dengan demikian semakin meningkat pula persaingan yang timbul antara satu dengan yang lainnya.

Para eksekutif harus membuat perubahan dan cara yang tepat untuk membuat strategi dan pemasaran yang efektif untuk tetap berjalan dan bersaing dengan yang

pemasaran di PT. Refratech Mandala Perkasa, dalam upaya meningkatkan posisi pasarnya.

1.3. Batasan Pembahasan

Penulis akan memberikan pembahasan mengenai sistem pemasaran yang sedang berjalan, dan menjelaskan penerapan strategi pemasaran yang baru yang lebih condong ke arah kepuasan pelanggan, untuk bertahan dan lebih menguasai pasar semen tahan api.

1.4. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan adalah mengevaluasi hasil yang sudah ada, untuk dijadikan bahan pertimbangan, dan memaparkan strategi pemasaran yang baru untuk dapat diterima dan diterapkan.

1.5. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang melandasi tugas akhir ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

(Sumber: Philip Kotler, Marketing Management, 2003:9)

Strategi pemasaran suatu produk tidak akan lepas dari segmentasi, pasar sasaran, pemosisian. Segmentasi dan pasar sasaran menjadi penting untuk membuat perusahaan menghasilkan produk yang dibutuhkan oleh pelanggan yang tepat. Positioning atau pemosisian merupakan masukan yang perlu diperhatikan, karena positioning mencakup keseluruhan bentuk dan usaha yang dilakukan perusahaan dimata pelanggan. Bentuk strategi yang dapat membuat perusahaan menang dalam

kompetisi yang ada, yaitu dengan strategi kepemimpinan biaya, strategi diferensiasi, strategi fokus.

Dalam industri produk tahan api atau panas (refractory) seperti yang dilakukan oleh PT. Refratech Mandala Perkasa harus siap menghadapi kompetitor dari luar negeri, mengingat masih banyak pelanggan yang lebih percaya untuk membeli produk buatan luar negeri dibanding dengan buatan negeri sendiri. Bidang usaha ini menuntut para pemainnya memiliki pengetahuan yang baik dan mengerti setiap produk yang dibuat dalam menyesuaikan keinginan dan bentuk yang diharapkan pelanggan, dimana setiap pelanggan tidak mempunyai kebutuhan dan keinginan yang sama.

1.6. Metodologi Penelitian

Metode Eksplorasi dalam bentuk studi kasus menggunakan sebagai pendekatan dalam penulisan laporan ini. Pengumpulan data yang relevan akan digunakan dengan tehnik:

- Wawancara.

Wawancara terstruktur yang akan dilakukan untuk mendapatkan gambaran prospek di masa mendatang, dari perspektif para pengambil keputusan dalam perusahaan. Wawancara dalam mengumpulkan data dilakukan dengan 3 orang divisi pemasaran, 1 orang divisi produksi, dan pimpinan perusahaan, selama 4 bulan.

Observasi.

Pengamatan langsung pada data primer yang berupa laporan divisi pemasaran, baik laporan kunjungan ke pelanggan, laporan keluhan pelanggan, laporan penjualan, dan lain-lain yang relevan.

1.7. Sistematika Penulisan

Penulisan ini disajikan dalam suatu sistematika penulisan yang terdiri dari 5 (lima) bab:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dibahas mengenai latar belakang permasalahan, pokok permasalahan, batasan masalah, tujuan penulisan, kerangka pemikiran, metode yang digunakan dalam mengumpulkan data, serta sistematika penulisan secara singkat.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diulas mengenai teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dan akan dipakai sebagai acuan dasar dalam penulisan tugas akhir ini.

BAB III : PROFIL PERUSAHAAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai sejarah perusahaan, struktur organisasi dan produk yang dihasilkan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dilakukan pembahasan mengenai penerapan strategi pemasaran yang digunakan PT. Refratech Mandala Perkasa.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari pembahasan atas penelitian yang didapat dan saran-saran bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya.

