

BAB 1

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT. Matahari Aneka MKM merupakan suatu perusahaan perdagangan yang berdiri sejak tahun 1971 yang berkantor di Jl. Raya Gubeng No.7 Surabaya. Terdapat 3 Divisi yang bernaung didalamnya : Divisi I yang bertanggungjawab terhadap produk *Document Management System* dan *Surveying Equipment*. Divisi II terdiri dari *Business Machine*, *Fingerprint* dan *access control, security system*. Sedang Divisi 3 bertanggungjawab pada *Office Furniture* dan *Space Management*. Sejak 15 tahun yang lalu Divisi *Surveying Equipment* memasarkan peralatan pengukuran/ *land survey* merek TOPCON, yang di Indonesia di ageni oleh PT. Exsol Innovindo Jakarta. PT. Matahari Aneka MKM merupakan dealer resmi yang dipercaya untuk memasarkan produk TOPCON untuk wilayah Jawa Timur, Jawa Tengah, Jogjakarta, Bali dan Nusa Tenggara.

TOPCON merupakan merk terdaftar dari TOPCON *Corporation* yang berpusat di Jepang, untuk Asia Pasifik kantor cabang mereka berada di Singapore. TOPCON Corp. menunjuk Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) di setiap negara, seperti yang telah disebutkan, di Indonesia mereka menunjuk PT. Exsol Innovindo.

Pada Desember 2008, TOPCON Corp. melalui cabangnya yang di Singapura menunjuk PT. Matahari Aneka MKM untuk memegang penjualan merek baru dari alat ukur yang dibuat oleh pabrik TOPCON di Beijing. Merek tersebut adalah : GOWIN.

Merek GOWIN ini diposisikan sebagai merek yang mampu menyaingi alat ukur buatan Cina yang banyak beredar di Indonesia dan negara-negara di asia lainnya. Produk Cina tersebut dijual dengan harga yang rendah dibanding dengan produk alat ukur dari Jepang atau Eropa.

Produk TOPCON yang sudah ada tetap diposisikan sebagai produk yang mengisi kelas menengah atas yang tidak terpengaruh oleh peralatan ukur produksi Cina tersebut. Salah satu alasan TOPCON Corp. menunjuk PT. Matahari MKM agar dapat fokus pada posisi merek masing-masing pihak dan tidak saling mematikan.

PT. Matahari Aneka MKM pada Desember 2009 membentuk suatu unit bisnis baru pada divisi *surveing equipment* untuk memasarkan produk tersebut : Unit Bisnis GOWIN *Surveying*. Unit bisnis tersebut diharapkan dapat memasarkan peralatan ukur merek GOWIN tersebut keseluruh Indonesia, baik melalui *dealer/ reseller* maupun langsung ke pengguna akhir.

Pada saat kondisi perekonomian yang terus berubah dan persaingan yang semakin ketat, mengharuskan Unit bisnis GOWIN *Surveying Equipment* PT. Matahari Aneka MKM – sebagai unit bisnis yang baru berdiri – untuk merumuskan strategi pemasarannya. Setiap operasi bisnis harus memiliki strategi yang menurut

Hambrick dan Fredricson (2005: 53) memiliki 5 elemen yang harus menjawab pertanyaan :

1. *Arenas : where will we be active ?*
2. *Vehicles : how will we get there ?*
3. *Differentiators : how will we win in the market place ?*
4. *Staging : what will be our speed and sequence of moves ?*
5. *Economic logic : how will we obtain our returns ?*

Strategi ini harus dirumuskan dengan benar oleh Unit bisnis GOWIN *surveying* agar mampu bersaing dengan merek yang sudah ada dan mampu menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Porter mengatakan (2008: 37) bahwa strategi tidak akan menghasilkan kinerja diatas rata-rata kecuali jika strategi tersebut dapat bertahan dan lebih unggul sewaktu berhadapan dengan pesaing. Kesanggupan bertahan dari strategi tersebut menuntut agar keunggulan bersaing suatu perusahaan bertahan dari gangguan oleh perilaku pesaing atau evolusi industri.

Strategi yang mampu menciptakan keunggulan bersaing ini menjadi penting mengingat GOWIN masuk pada pasar yang sudah cukup banyak pesaing, dengan merek yang sudah dikenal terlebih dahulu (Topcon, Sokkia, Leica, Nikon, Trimble, South, Horizon dll). Diharapkan dengan perumusan strategi yang tepat Unit bisnis GOWIN *Surveying Equipment* dapat lebih terarah dalam mencapai tujuan perusahaan untuk mengembangkan dan memasarkan merek GOWIN di Indonesia.

Beberapa literatur tentang strategi yang menganjurkan agar manajemen strategis dilihat lebih sebagai ilmu pengetahuan daripada seni. Perspektif ini menyatakan bahwa perusahaan perlu secara sistematis menilai lingkungan eksternal dan internal mereka, melakukan riset, secara cermat mengevaluasi berbagai alternatif, melakukan analisis dan kemudian memutuskan langkah tindakan tertentu untuk diambil (David, 2009: 525)

Perumusan alternatif strategi pemasaran pada Divisi ini menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Metode ini akan menggambarkan kelebihan-kelebihan relatif dari masing-masing strategi, melalui analisis lingkungan eksternal maupun internal perusahaan serta penggunaan matriks yang akan menilai seberapa jauh lingkungan tersebut berpengaruh pada kebijakan strategis perusahaan, sehingga pada akhirnya dapat disimpulkan beberapa alternatif strategi.

Berkaitan dengan pentingnya penyusunan strategi tersebut bagi Unit bisnis GOWIN *Surveying Equipment* PT. Matahari MKM, maka penelitian ini mengambil judul :

“Perumusan Strategi Pemasaran pada Unit Bisnis GOWIN *Surveying Equipment* PT. Matahari Aneka MKM Surabaya”.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang ingin diteliti pada Unit Bisnis GOWIN *Surveying Equipment* PT. Matahari Aneka MKM Surabaya adalah :

“Bagaimana perumusan strategi pemasaran peralatan *survey* merek GOWIN dilihat dari aspek internal dan eksternal perusahaan sebagai landasan dalam melakukan kegiatan Pemasaran Divisi GOWIN *Surveying Equipment* PT. Matahari Aneka MKM di masa mendatang ?”.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian:

Untuk mencari alternatif dan merumuskan strategi pemasaran dengan pendekatan *Qualitative Strategic Planning Matrix* untuk dapat diterapkan pada Unit Bisnis GOWIN *Surveying* PT. Matahari

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi berbagai pihak antara lain:

Manfaat bagi perusahaan

- Dapat dijadikan sebagai acuan dalam menyusun perencanaan strategik perusahaan dan mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis eksternal dimasa yang akan datang.
- Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi manajemen, sebagai masukan dalam merancang perencanaan strategik di dalam perusahaan, serta pengukuran kineija yang tepat dan bermanfaat dalam perencanaan dan evaluast kinerja perusahaan.

Manfaat bagi Peneliti :

- Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan penulis dan dapat menambah perbendaharaan pustaka bagi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya serta dapat digunakan sebagai acuan bagi rekan mahasiswa lainnya yang ingin melakukan penelitian sejenisnya.