

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi kini semakin meningkat ditandai dengan kecenderungan globalisasi dunia yang ditunjang dengan majunya teknologi komunikasi, transportasi serta ilmu pengetahuan. Dalam dunia usaha merupakan hal yang tidak dapat dihindari dikarenakan adanya persaingan usaha yang ketat. Dalam hal ini perusahaan dihadapkan pada berbagai peluang serta ancaman baik yang berasal dari dalam serta luar perusahaan yang akan memberikan efek yang cukup signifikan, terhadap kelangsungan perusahaan. Guna itu setiap perusahaan harus mengetahui apa yang terjadi dipasar serta apa yang menjadi keinginan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di pangsa pasar sehingga mampu bersaing dengan dunia bisnis lainnya serta berupaya guna meminimalisasi kelemahan serta memaksimalkan kekuatan yang dimiliki. Dengan demikian perusahaan dituntut guna memilih serta menetapkan langkah yang dapat diterapkan guna menghadapi persaingan.

Persaingan dalam pasar serta selera konsumen yang berbeda merupakan faktor yang mempengaruhi pengambilan kebijaksanaan dalam pemasaran produk perusahaan. Maka kemampuan serta kejelian seorang manajer pemasaran sangat penting dalam mempelajari situasi pasar persaingan serta peluang-peluang produk yang dipasarkan dimana hal ini sangat menentukan kualitas dari kebijaksanaan yang diambil serta sekaligus kemampuan guna menghadapi pasar. Salah satu kebijaksanaan yang penting guna dirumuskan

adalah strategi, dimana strategi ini merupakan gambaran mengenai apa yang akan dilakukan perusahaan di pasar, sejalan dengan itu strategi yang diterapkan akan mengalami perubahan sesuai dengan situasi pasar yang selalu berubah. Dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan serta teknologi yang sangat pesat serta modern, akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yang bergerak dibisertag industri, penjualan maupun jasa. Dengan keadaan seperti ini, tentu saja tidak menutup kemungkinan perusahaan-perusahaan tersebut akan bersaing ketat dengan perusahaan yang mengeluarkan produk yang sejenis. Perusahaan hendaknya menyadari bahwa dengan asertaya persaingan tersebut sangat sulit bagi perusahaan guna membangun reputasi perusahaan, demikian pula sebaliknya sangat mudah guna kehilangan reputasi perusahaan tersebut.

Ageng Bakery Blitar sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibisertag industri roti yang mempunyai kekuatan besar serta memasarkan produk rotinya serta peranannya membantu dalam ekonomi daerah sekitarnya. Guna memenangkan persaingan dalam pemasaran produknya harus mempunyai langkah yang tepat, sehingga dapat mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki atau bahkan dapat memperbaiki pangsa pasarnya. Peran pemasaran tidak lepas dari persaingan maupun dari perubahan lingkungan bisnis sekarang ini. Pemasaran sekarang ini yang semakin ketat serta dinamis membuat suatu perusahaan harus memperhatikan cara berbisnis yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, hal inilah yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan terutama perusahaan yang bergerak dalam memasarkan peroduknya, seperti Ageng Bakery Blitar dalam memasarkan produk rotinya.

Persaingan antara perusahaan yang bergerak dibisertag sejenis merupakan sebuah permasalahan tersendiri bagi Ageng Bakery Blitar, sebab perusahaan harus bersaing

dalam pasar sasaran yang sama serta tidak menutup kemungkinan memproduksi produk yang sama. Hal inilah yang dihadapi oleh Ageng Bakery Blitar. Sehingga tidak menutup kemungkinan mereka akan tersingkir, jika kalah dalam bersaing. Dari masalah ini diperlukan strategi yang tepat supaya mampu bertahan serta memenangkan persaingan. Dalam analisa yang diterapkan guna mengetahui sisi internal maupun eksternal yaitu menggunakan metode SWOT yaitu Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), Ancaman (*Threats*). Dalam penjelasannya yakni langkah yang dilakukan oleh perusahaan guna melihat sejauh mana strategi SWOT yang diterapkan oleh perusahaan guna memaksimalkan pangsa pasar.

Dari uraian latar belakang diatas, bahwa pentingnya strategi terutama guna memperbaiki bersaing, maka perusahaan dituntut guna melihat serta menanggulangi reaksi lingkungan internal serta eksternal yang ada, mengenali peluang serta ancaman yang ada serta memaksimalkan kekuatan yang ada serta meminimalkan ancaman, dengan demikian maka akan tercipta langkah yang tepat sehingga dapat bersaing dalam memasarkan produknya di pasaran.

Dalam hal ini yang melatar belakangi penulis guna melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Guna Memperbaiki Keunggulan Bersaing Pada Ageng Bakery Blitar”**

## **B. Permasalahan**

Ageng Bakery Blitar adalah perusahaan yang bergerak dibisertag industri roti. Permasalahan yang ada pada Ageng Bakery Blitar adalah Perusahaan merasa kesulitan dalam memasarkan produknya. Selama ini Ageng Bakery Blitar hanya memasarkan produknya di beberapa kota di Jawa Timur seperti Kediri, Tulungagung, Trenggalek, Malang sesertagkan dalam perkembangan

penjualannya Ageng Bakery Blitar mengalami penurunan. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan Ageng Bakery Blitar mulai bulan April - September 2014.

Tabel 1.1

## Data penjualan Ageng Bakery Blitar Tahun 2014

No	Bulan	Rasa						
		Coklat	Strawberry	Nanas	Blueberry	Kacang Hijau	Keju	Susu
1	April	245 bal	217 bal	190 bal	203 bal	170 bal	232 bal	225 bal
2	Mei	210 bal	206 bal	177 bal	188 bal	162 bal	206 bal	211 bal
3	Juni	182 bal	173 bal	159 bal	168 bal	154 bal	195 bal	184 bal
4	Juli	178 bal	164 bal	136 bal	142 bal	138 bal	183 bal	145 bal
5	Agustus	165 bal	156 bal	121 bal	125 bal	129 bal	160 bal	129 bal
6	September	151 bal	130 bal	109 bal	117 bal	98 bal	134 bal	122 bal

Sumber data Ageng Bakery Blitar Tahun 2014

Penyebab turunnya penjualan dikarenakan perusahaan kesulitan dalam memasarkan produknya dimana banyak perusahaan kompetitor menawarkan produk yang sama seperti Surya Bakery, Monas Bakery, Zahwa Bakery, Ridho Cake.

Tabel 1.2

## Data Penjualan Pesaing Tahun 2014

No	Pesaing	Rasa						
		Coklat	Strawberry	Nanas	Blueberry	Kacang Hijau	Keju	Susu
1	Surya Bakery	3640 bal	-	3110 bal	-	-	3180 bal	-
2	Monas Bakery	3265 bal	-	2620 bal	2790 bal	-	-	-
3	Zahwa Bakery	2188 bal	2530 bal	-	-	2308 bal	-	2390 bal
4	Ridho Cake	2702 bal	2685 bal	-	2542 bal	-	2806 bal	-

Sumber : Data Penjualan Pesaing tahun 2014

Berkaitan dengan hal tersebut mengharuskan Ageng Bakery Blitar harus mengevaluasi strategi guna memperbaiki Keunggulan Bersaing produknya. dengan mengevaluasi strategi, Ageng Bakery Blitar dapat mengetahui apakah penerapan strategi sudah dapat memperbaiki serta melebarkan sasaran penjualan produknya.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi yang tepat guna memperbaiki keunggulan bersaing di Perusahaan Ageng Bakery Blitar?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat diambil tujuan penelitian yaitu guna mengetahui strategi yang tepat guna memperbaiki keunggulan bersaing di Perusahaan Ageng Bakery Blitar.

### **E. Kegunaan Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian yang akan dilakukan ini adalah

#### **1. Bagi Akademisi**

- a. Sebagai bentuk sumbangan pemikiran guna menambah pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran
- b. Dapat diterapkan sebagai referensi penelitian selanjutnya berkaitan dengan strategi pemasaran khususnya bagi perusahaan Ageng Bakery Blitar

c. Penelitian ini dapat diterapkan sebagai media guna penerapan teori mata kuliah manajemen pemasaran.

## 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan mengevaluasi langkah yang diterapkan saat ini serta sebagai pembanding atas langkah perusahaan dalam penyusunan strategi.

## 3. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan, pengalaman, serta sebagai acuan penerapan strategi guna mampu menghadapi persaingan serta tantangan dunia kerja saat ini.