

ANALISIS POSISI STRATEGIS PRODUK
PADA PT. DJARUM KUDUS

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam lingkungan dunia usaha yang semakin maju dan berorientasi pada era globalisasi, tingkat persaingan antar produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan menjadi semakin ketat dan tajam. Hanya perusahaan yang betul-betul kuat akan memenangkan persaingan, kepemimpinan suatu perusahaan, produk atau merk tertentu tidak akan selamanya stabil. Banyak pendaang baru menggoyahkan posisi ini dengan siasat atau strategi yang beraneka ragam.

Hal ini menunjukkan bahwa bisnis adalah suatu peperangan

Dalam keadaan seperti ini perusahaan harus mampu mempertahankan eksistensinya dalam menjalankan perusahaannya melalui berbagai kebijaksanaan. Penggunaan berbagai macam strategi dalam dunia bisnis mencerminkan keinginan para pelaku bisnis untuk mengadopsi proses pembuatan strategi yang lebih terarah. Pemasaran dalam suatu perusahaan merupakan faktor yang penting dan patut menentukan kelangsungan hidup bagi suatu perusahaan, sebab kegagalan dalam memasarkan barang akan berakibat fatal.

Hal tersebut karena dana yang tertanam dalam perusahaan akan sulit dikembalikan, sehingga keuntungan yang diharapkan tidak akan tercapai.

Konsumen terdiri dari berbagai macam golongan, yang masing-masing golongan terdiri dari orang-orang yang mempunyai kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda.

Oleh karena itu perusahaan harus mampu mengadakan pemilihan cara yang paling tepat untuk menjual produknya. Kesemuanya itu diharapkan dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba serta menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Pemilihan cara yang paling tepat tersebut diharapkan oleh perusahaan PT. Djarum Kudus, karena pada saat sekarang banyak berdiri perusahaan rokok yang merupakan pesaing dari PT. Djarum Kudus terutama Perusahaan Rokok HM. Sampoerna.

Dalam menghadapi persaingan yang cukup tajam, PT. Djarum Kudus melakukan "Marketing Mix" untuk mencapai tingkat penjualan yang diinginkan.

Dalam usaha memenuhi kebutuhan berbagai jenis rokok, perusahaan rokok PT. Djarum Kudus memproduksi jenis rokok kretek yang terdiri dari

1. Sigaret kretek tangan (SKT) rokok tanpa filter dan dikerjakan atau dilinting oleh tangan manusia.
2. Sigaret kretek mesin (SKM) rokok kretek berfilter yang dikerjakan oleh mesin dengan pembungkus yang menanak dan lebih halus.

Industri rokok nasional telah menjadi salah satu industri strategis dalam perekonomian nasional.

Peran ekonomi dan sosial yang mengalir dari industri ini cukup

besar, baik yang disumbangkan ke kas negara maupun masyarakat pada umumnya. Kontribusi ekonomi dari industri ini dapat dijelaskan dan peranannya dalam menyumbangkan kas negara melalui cukai, pajak maupun devisa. Selain itu juga setiap tenaga kerja pada industri rokok yang sangat besar membuktikan bahwa industri ini memiliki peranan yang cukup signifikan dalam perekonomian nasional. Dengan naiknya volume penjualan rokok diharapkan kontribusi perusahaan kepada pemerintah naik.

Fenomena lain yang terdapat pada industri rokok adalah pemberlakuan masa perdagangan bebas yang akan mempermudah produsen rokok luar negeri secara pelan tapi pasti akan mengancam kelangsungan hidup produsen rokok dalam negeri.

Persaingan dalam industri ini akan semakin kuat dan tajam. Ancaman lain yang mempengaruhi naik turunnya produksi rokok adalah tekanan gerakan anti rokok, WHO dan pembatasan wilayah terokok serta gencarnya issue rokok dan kesehatan (Smoke and health issue). Sehubungan dengan tekanan-tekanan pihak luar seperti WHO yang bekerja sama dengan pihak-pihak organisasi internasional lain (IMF, UNICEF, World Bank, dan lain-lain), serta LSM-LSM kesehatan, pemerintah telah mengeluarkan peraturan pemerintah tentang upaya pengamanan rokok bagi kesehatan (UPRK).

Kenyataan ini menunjukkan bahwa perusahaan rokok PT. Djirum Kudus harus mengambil suatu keputusan yang tepat dalam menyusun strategi persaingan dalam industri rokok.

Oleh karena itu perlu diteliti strategi pemasaran yang dapat meningkatkan volume penjualan rokok PT. Djarum Kudus dengan mengetahui terlebih dahulu posisi perusahaan dalam memasarkan produknya.

Dari uraian diatas, maka penulis mengambil judul penelitian "ANALISIS POSISI STRATEGIS PRODUK PADA PT. DJARUM KUDUS".

Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah produk yang digunakan sebagai acuan untuk mengetahui bagaimana kondisi eksternal dan juga internal pada PT. DJARUM KUDUS.

1.2. Perumusan Masalah

Permasalahan yang dihadapi berkaitan erat pada volume penjualan selama 5 tahun terakhir, dimana volume penjualan menunjukkan kenaikan yang cukup berarti.

Namun pada kenyataannya PT. Djarum Kudus belum mampu memperoleh keuntungan yang maksimal.

Sedangkan potensi laba atau keuntungan dalam perusahaan diukur dalam bentuk perumusan atas modal yang ditanamkan.

Selain dari itu permasalahan yang mendasar yaitu :

1. Bagaimana kekuatan dan kelemahan PT. Djarum Kudus.
2. Bagaimana peluang dan ancaman PT. Djarum Kudus.
3. Bagaimana kedudukan atau posisi PT. Djarum Kudus.
4. Bagaimana implementasi strategi PT. Djarum Kudus.

13. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan PT Djarum Kudus
2. Untuk mengetahui peluang dan ancaman PT Djarum Kudus
3. Untuk mengetahui bagaimana kedudukan atau posisi pasar berdasarkan kondisi internal dan eksternal perusahaan
4. Untuk mengetahui bagaimana merumuskan dan mengimplementasikan strategi yang tepat untuk bersaing

14. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Dengan penelitian akan menambah pengetahuan dan melatih kemampuan penulis dalam menganalisa persoalan berdasarkan teori yang telah diperoleh di bangku kuliah.

2. Bagi umum atau Mahasiswa

Sebagai bahan referensi atau bahan bacaan di Fakultas Ekonomi Unissula Semarang, khususnya bagi pihak yang mengadakan penelitian serupa.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai input dan bahan informasi mengenai strategi bersaing yang akan dijadikan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijaksanaan pemasaran oleh perusahaan rokok PT Djarum Kudus dimasa yang akan datang