

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Badan Pusat Statistik ([BPS](#)) mencatat harga [grosir](#) bahan konstruksi di Indonesia turun 0,11 persen pada Maret 2020. Penurunan terjadi karena minimnya permintaan di tengah penyebaran pandemi [virus corona](#) atau covid-19. IHPB Konstruksi deflasi karena penurunan permintaan sejak awal tahun. Dengan permintaan yang rendah, maka ada penurunan harga besi beton, aspal, semen, dan batu split, Secara rinci, deflasi terjadi di seluruh kelompok bangunan konstruksi. Kelompok bangunan tempat tinggal dan bukan tempat tinggal deflasi 0,06 persen dan kelompok pekerjaan umum untuk pertanian minus 0,05 persen. (*Sumber: <https://www.cnnindonesia.com>*)

Dari informasi paragraf diatas Masalah eksternal saat ini muncul karena, melihat rencana pemerintah yang seharusnya menjadi sebuah keuntungan bagi pelaku usaha, awal triwulan ke 2 tahun 2020 atau awal bulan April menjadi awal pembangunan yang seharusnya dialokasikan pada pembangunan nasional nampaknya mengalami hambatan oleh pademi virus Covid-19 yang dialami oleh seluruh dunia. Hal ini menyebabkan pelaku usaha dibidang material kontruksi, mengalami kondisi yang sangat tidak menguntungkan. Selain itu, masalah kondisi yang dihadapi oleh pelaku usaha bahan material kontruksi/ bahan bangunan dalam survey awal yaitu terhambatnya distribusi barang baik impor, maupun distribusi dalam negeri. Terhambatnya distribusi bahan baku material impor menjadikan harga bahan baku material seperti bahan logam kabel, timah, stainless, PVC, dll. Hal ini dikarenakan kelangkaan bahan baku yang diimpor menyebabkan harga

barang berbahan tersebut naik contoh barang yang berbahan impor seperti kabel listrik yang sebelumnya memiliki harga Rp. 300.000,./roll, namun karena terjadinya masa pademi Covid-19 harga kabel naik menjadi Rp. 325.000/roll. Berbanding terbalik dengan bahan baku yang diimpor. barang yang berbahan baku local mengalami penurunan harga. Contohnya untuk barang material Bata Ringan sebelum memasuki masa pademi memiliki harga Rp. 520.000,./m³ setelah memasuki masa pademi Covid-19, karena kurangnya permintaan atas bata ringan harga menjadi Rp. 490.000,./m³. Dibutuhkannya Strategi Bersaing dan Penerapan E-Commerce untuk mempertahankan agar bisa bersaing, memperluas pasarnya, dan bertahan atas usahanya. Segala cara dilakukan oleh pengusaha seperti mempertahankan harga jual, mencari supplier dengan harga kompetitif, serta diharapkan melebarkan sayap usahanya dengan menggunakan e-commerce.

Pengusaha dituntut untuk menentukan strategi dalam menghadapi permasalahan harga dan kondisi ekonomi yang terjadi di Indonesia saat ini,hal ini juga untuk menentukan. Saat ini penggunaan e commerce telah digunakan untuk keefektifitasan dalam transaksi, dalam perusahaan. Namun, untuk pengusaha bahan material hanya beberapa barang tertentu yang dapat dijual untuk saat ini, contoh barang-barang seperti accessories interior rumah, sanitary, dan barang barang dengan volume yang kecil lainnya.

Perdagangan berbasis elektronik atau e-commerce adalah bentuk nyata dari banyaknya perubahan gaya hidup yang disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi. Tahun 2017 menjadi momentum bagi e-commerce Indonesia setelah Presiden Joko Widodo mengesahkan Peraturan Presiden No. 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map

E-Commerce) tahun 2017 – 2019[1]. Perpres tersebut menjadi acuan tata laksana perdagangan elektronik yang dikawal dan dijamin oleh Pemerintah. Dengan adanya dukungan Pemerintah, maka tingkat pertumbuhan perdagangan elektronik di Indonesia dapat meningkat secara kualitas dan kuantitas.

Strategi bersaing ditujukan untuk menjawab permasalahan bagaimana perusahaan harus bersaing dengan pesaing dalam industri sejenis. Dengan adanya strategi bersaing maka perusahaan akan mampu memiliki keunggulan bersaing dibanding pesaingnya (Rosli, 2012). Kinerja bisnis dapat ditunjukkan melalui keberhasilan perusahaan dalam pasar. Kinerja perusahaan adalah studi fenomena vocal dalam kajian bisnis tetapi bersifat kompleks dan multi-dimensional. Kinerja dapat dikarakteristik-an sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan outcome yang dapat diterima (Chittithhaworm et al., 2011). Strategi bersaing dapat diwujudkan melalui strategi biaya rendah dan diferensiasi (Husnah et al., 2013). Strategi biaya rendah (low cost) lebih memusatkan perhatian untuk merebut pasaran dengan harga murah melalui pengurangan biaya produksi. Strategi diferensiasi dilakukan dengan memanfaatkan kekhasan model atau kualitas terbaik yang tidak terdapat pada perusahaan lain sehingga menarik pembeli atau pasaran.

Menurut Yudi (2013:93) Strategi bersaing merupakan bagaimana cara perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan merupakan inti dari strategi bersaing. Pilihan strategi bersaing didasarkan pada keunggulan kompetitif yang dapat dikembangkan oleh organisasi. Bagaimana cara organisasi akan bersaing dalam suatu industri adalah pilihan strategi bersaing. Berdasarkan definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Strategi bersaing adalah bagaimana cara perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang

berkelanjutan hal ini didasarkan pada organisasi mengembangkan strategi untuk bersaing dalam suatu segmen pasar.

Electronic Commerce (ecommerce) merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada World Wide Web Internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. Adopsi e-commerce, merupakan salah satu faktor yang penting untuk menunjang keberhasilan usaha. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia juga terus meningkat, setiap pengusaha pasti menginginkan untuk mereknya dan barang-barangnya dikenal oleh masyarakat luas. Penggunaan jejaring internet menjadi salah satu media yang dapat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan. Penjualan yang terjadi melalui media elektronik dan internet disebut sebagai electronic commerce (Candra Ahmadi 2013).

Strategi yang efektif dan tepat sasaran untuk meningkatkan keberhasilan usaha bisa didapat jika perusahaan mengadopsi ecommerce. Keberhasilan usaha adalah tujuan utama dari sebuah perusahaan atau bisnis yang segala aktivitas di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan atau kesuksesan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul daripada masa sebelumnya. Suatu perusahaan atau bisnis dikatakan berhasil bila mendapat keuntungan atau laba. Walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan sebuah usaha atau bisnis, keuntungan atau laba menjadi faktor yang penting karena laba merupakan tujuan dari orang yang memulai usaha. Apabila di dalam sebuah perusahaan atau bisnis terdapat penurunan laba atau laba yang tidak stabil, maka perusahaan atau bisnis akan kesulitan untuk mengoperasikan kegiatan usahanya dan mempertahankan usahanya.

Beralih kepada masalah internal, untuk mengetahuinya penulis ingin melaksanakan penelitian pada Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan di Kabupaten Cianjur bagian Utara. Pada survey awal didapat data pelaku usaha / toko berjumlah 70 pengusaha yang tersebar di wilayah Bagian utara Kabupaten Cianjur.

Untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan di Kabupaten Cianjur bagian Utara. Penulis melakukan survey atau wawancara awal dengan 10 pengusaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan di bagian Utara Kabupaten Cianjur

Berikut ini merupakan hasil survey awal peneliti terhadap 10 responden (pelaku usaha) mengenai Strategi Bersaing pada Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan di bagian Utara Kabupaten Cianjur

Tabel 1. 1 Kuisisioner Awal Variabel Strategi Bersaing

No	Keterangan	YA		TIDAK	
		F	%	F	%
1	Apakah perusahaan mampu memberikan penawaran yang berbeda pada segi harga kepada konsumen?	6	(60)	4	(40)
2	Apakah kebijakan perusahaan mampu diterima oleh karyawan dan konsumen?	10	(100)	0	(0)
3	Apakah perusahaan mempunyai produk unggulan atau dalam artian lain mempunyai barang yang penjualannya paling tinggi ?	3	(30)	7	(70)
4	Apakah perusahaan mampu bersaing dengan dengan biaya rendah?	4	(40)	6	(60)

Sumber : Survey awal Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan di bagian

Utara Kabupaten Cianjur

Dari survey awal tersebut mayoritas toko tidak memiliki produk unggulan pada penjualannya dari segi harga karena jika toko menjual dengan rendah akan mempengaruhi pada laba, hanya ada 3 toko yang mampu memberikan harga dibawah standar dikarenakan Kuantiti yang banyak yang menjdikan harga modal lebih murah dan bonus lainnya dari supplier sehingga menjadi produk unggulan karena harganya murah dibawah standar. Permasalahan yang timbul berikutnya rata-rata tidak mampu untuk bersaing dengan biaya yang rendah karena harus menutupi biaya operasional toko sehari-hari, seperti pemeliharaan armada angkutan, biaya listrik, biaya telepon, belum lagi gaji karyawan.

Berikut ini merupakan hasil survey awal peneliti terhadap 10 responden (pelaku usaha) mengenai E-Commerce pada Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan di bagian Utara Kabupaten Cianjur

Tabel 1. 2 Kuisisioner Awal E Commerce

No	Keterangan	YA		TIDAK	
		F	%	F	%
1	Apakah perusahaan melayani akses penjualan melalui internet (Pemesanan via Whats App) yang dilakukan konsumen ?	3	(30)	7	(70)
2	Apakah perusahaan mampu membangun aplikasi atau website untuk memantau stock dan sebagai katalog barang untuk konsumen ?	0	(0)	10	(100)
3	Apakah penggunaan internet pada perusahaan dapat optimalkan kinerja karyawan?	6	(60)	4	(40)

Sumber : Survey awal Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan di bagian

Utara Kabupaten Cianjur

Dari survey awal tersebut mayoritas pengusaha belum mampu untuk memanfaatkan akses aplikasi chat personal seperti whats App pada proses penjualannya namun mungkin ini hanya permasalahan saat ini untuk kedepannya mungkin saja mayoritas toko menggunakan akses chat personal dengan konsumennya. Selanjutnya mayoritas pengusaha tidak mampu membuat system web dan aplikasi dalam memantau stock barang yang tersedia pada Gudang penyimpanan dan juga sebagai sarana pemasaran kepada konsumen.

Berikut ini merupakan hasil survey awal peneliti terhadap 10 responden (pelaku usaha) mengenai Keberhasilan Usaha pada Pelaku usaha Material Konstruksi /Toko Bahan Bangunan di bagian Utara Kabupaten Cianjur

Tabel 1. 3 Kuisisioner Awal Keberhasilan Usaha

No	Keterangan	YA		TIDAK	
		F	%	F	%
1	Apakah perusahaan mampu mempertahankan laba setiap bulannya atau meningkatkannya?	3	(30)	7	(70)
2	Apakah perusahaan mampu meningkatkan efisiensi kerja karyawan ?	7	(70)	3	(30)
3	Apakah perusahaan mempunyai daya saing yang kuat dalam menghadapi persaingan bisnisnya?	8	(80)	2	(20)
4	Apakah perusahaan mampu berkompetensi pada harga dengan perusahaan lainnya?	2	(20)	8	(80)

Sumber : Survey awal Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan di bagian

Utara Kabupaten Cianjur

Dari survey awal tersebut terdapat masalah pada keberhasilan usaha mereka mayoritas tidak dapat mempertahankan laba dan meningkatkannya pada masalahnya sering terjadinya naik turun laba yang didapat setiap bulannya atau lab

yang didapat tidak konstan. Selanjutnya mayoritas pengusaha tidak dapat berkompetensi soal harga, hal ini dikarenakan akumulasi permasalahan dua variabel sebelumnya seperti strategi bersaing yang belum dioptimalkan dan penerapan strategi yang belum baik. Untuk daya saing perusahaan mayoritas bisa dikatakan baik dari segi penjualan, pelayanan, dan distribusi dan untuk efisiensi karyawan perusahaan sudah dirasa mampu untuk membentuk karakter dan sikap pada karyawan.

Dari data uraian diatas memperoleh fakta bahwa keberhasilan usaha Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan di Kabupaten Cianjur bagian Utara masih belum teroptimalkan. Hal ini masih ditandai dengan sulitnya menerapkan strategi bersaing dan belum digunakannya e-commerce untuk memperluas pasar, dan memudahkan distribusi barang masuk dan barang terjual sangatlah perlu bagi perusahaan untuk memanfaatkan e-commerce agar bisa mendukung pada keberhasilan usahanya.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti dan diterapkan pada usulan penelitian yang dianjut pada skripsi dengan judul “Pengaruh Startegi Bersaing dan Penerapan E-Commerce terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan di Kabupaten Cianjur bagian Utara)”

1.2. Identifikasi Masalah & Rumusan Masalah

Terdapat idenfifikasi masalah dari hasil survey awal pada latar belakang diatas, dan memunculkan rumusan masalah deskriptif & verifikatif.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas terdapat fenomena yang terjadi pada Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan di Kabupaten Cianjur bagian Utara diantaranya:

1. Pelaku usaha belum mampu memiliki Produk Unggulan serta belum bisa bersaing dengan biaya rendah. Hanya beberapa pengusaha yang mampu bersaing dengan biaya rendah dan punya produk unggulan pada penjualan.
2. Mayoritas pelaku usaha belum mampu membuat website untuk memantau stock barang dan sebagai katalog barang yang ditawarkan pada konsumen, serta pengusaha belum mampu memanfaatkan e-commerce pada system penjualan.
3. Terdapat masalah pada keberhasilan usaha mereka, para pengusaha tidak dapat mempertahankan dan meningkatkan laba setiap bulannya dan sulit nya berkompetisi harga antar pelaku usahanya.

1.2.2.Rumusan Masalah

- a. Bagaimana tanggapan responden mengenai strategi bersaing di perusahaannya?
- b. Bagaimana tanggapan responden mengenai penggunaan E-Commerce pada perusahaan?
- c. Bagaimana tanggapan responden mengenai keberhasilan usaha?
- d. Seberapa besar pengaruh strategi bersaing terhadap keberhasilan usaha Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan ?

- e. Seberapa besar pengaruh penggunaan e-commerce pada keberhasilan usaha Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan?
- f. Seberapa besar pengaruh strategi bersaing dan penggunaan e-commerce terhadap keberhasilan usaha Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan?

1.3.Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1.Maksud Penelitian

Dari penelitian ini penulis bermaksud menulis karya ilmiah ini untuk mengetahui cara bersaing pelaku usaha dalam mempertahankan usahanya serta dan mengembangkan usahanya dengan menggunakan system e commerce untuk keberhasilan pada usahanya.

1.3.2.Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Strategi Bersaing pada Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan
2. Untuk mengetahui Penggunaan E-Commerce pada Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan
3. Untuk mengetahui Keberhasilan Usaha pada Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan
4. Untuk mengetahui besarnya Pengaruh Strategi Bersaing dan Penggunaan E-Commerce Pada Perusahaan Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan secara parsial maupun simultan

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian digolongkan kepada 2 kegunaan, yaitu kegunaan praktis dan kegunaan akademis.

1.4.1 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong, membantu, dan memberikan solusi berguna untuk Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan di Kab. Cianjur wilayah utara sebagai bahan dan informasi serta memudahkan dalam menentukan strategi dan pengambilan keputusan

1.4.2 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini juga diharapkan sebagai media dan sarana pembelajaran dan menjadi panduan bagi mahasiswa atau pun pihak lain yang membutuhkan referensi khususnya dalam Strategi Bersaing, Penerapan E-Commerce, dan Keberhasilan Usaha.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan terkait Strategi Bersaing, Penerapan E-Commerce, dan Keberhasilan Usaha

1.5 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Terdiri dari Lokasi Penelitian unit analisis dan waktu proses pada pengerjaan penelitian.

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi, penulis melakukan penelitian dengan melakukan wawancara terhadap Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan di 10 Kecamatan di wilayah utara Kabupaten Cianjur.

1.5.2 Waktu Penelitian

Dalam menemukan data dan informasi serta penyusunan usulan penelitian pada Pelaku usaha Material Konstruksi/ Toko Bahan Bangunan di Wilayah utara Kab. Cianjur dilakukan selama 2 bulan dimulai dari April 2020 hingga Mei 2020.

Tabel 1.0-4 Jadwal Penelitian

NO	Uraian	Waktu Kegiatan					
		2020					
		April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1	Survey Tempat Penelitian						
2	Melakukan Penelitian						
3	Mencari Data						
4	Membuat Proposal						
5	Seminar						
6	Revisi						
7	Penelitian Lapangan						
8	Sidang Akhir						
9	Revisi						

