Bab 1
Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Di jaman era globalisasi ini banyak perusahaan yang membangun suatu badan usaha dan menjalankan usahanya dengan beranggapan bahwa, jika penjualan masih terus meningkat maka perusahaan tersebut tidak mempunyai permasalahan yang sifatnya strategis, kenyataan yang terjadi, para pesaing (kompetitor) sudah sedemikian besar dan siap untuk menyayingi usahanya. Oleh karena itu, diperlukan tindakan-tindakan antisipasi untuk menghadapi persaingan yang tidak terduga yang sewaktu-waktu dapat mengancam usaha kita. Adanya persaingan ini diharapkan akan memberikan dorongan kepada perusahaan untuk terus melakukan tindakan dan cara-cara baru yang bertujuan supaya usaha yang sedang dijalankan dapat berkembang dengan pesat dan tidak mudah diikuti oleh para pesaing yang sudah lama berdiri atau perusahaan yang baru berdiri, sehingga aktivitas perusahaan tidak terganggu.

Tingkat persaingan dalam suatu usaha semakin meningkat, oleh karena itu perusahaan selalu dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar yang senantiasa berubah-ubah serta dengan beraneka ragam keinginannya. Bukan hanya produk yang beraneka ragam, harga yang murah, tampilan yang menarik tapi yang lebih penting adalah kualitas yang baik serta jaminan selama menggunakan produk.

Setiap produk yang ditawarkan di pasaran tidak semua berkualitas baik dan mempunyai jaminan selama menggunakan produk. Akibatnya, konsumen banyak yang dirugikan dan berkurang peminat pada produk tersebut. Oleh karena itu, pihak perusahaan harus lebih jeli dalam memilih dan memperhatikan kualitas produk yang dipasarkannya demi kelangsungan perusahaan itu sendiri. CV. Media Karya Teknologi sendiri lebih mengutamakan kualitas dari produk karena dengan kualitas yang baik maka konsumen pun akan merasa puas dengan produk tersebut,

dan jenis - jenis produksi yang dihasilkan oleh CV. Media Karya Teknologi adalah jenis telekomunikasi instalasi UPS, Radio Link, dan PABX. Jenis IT pembuatan *soft ware* Multimedia Digital Laboratorium Bahasa (MD-LaB) dan Sistem informasi aktivitas nilai absensi siswa. Jenis percetakan jasa percetakan buku, kartu nama, kalender.

Banyaknya perusahaan sejenis bergerak dibidang yang sama. Adapun perusahaan pesaing CV. Media Karya Teknologi yaitu CV. Cipta Mekar, KOMJAYA (Komtronic Jaya), CV. Megatech, CV. Harmonis, CV. Global-INC dan PT. Matahari MKM. Bertambahnya perusahaan-perusahaan pesaing yang sama menunjukan tingkat persaingan dalam memperoleh pangsa pasar semakin ketat, membuat manajemen didalam perusahaan tersebut harus bekerja keras mencari cara untuk menemukan peluang terkecil sekalipun untuk mendapatkan pasar yang ada sekarang.

CV. Media Karya Teknologi, adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha telekomunikasi, IT dan percetakan dengan jenis produksi *make to order* dan *make to stock*, perusahaan dipimpin oleh seorang direktur yang berlokasi di komplek perumahan Pilar Mas Jl. Pilar Mas 1 C 44 Cimahi 40533 Jawa Barat.

Akan tetapi dalam kenyataannya jenis produksi *make to order* yang lebih diutamakan oleh CV. Media Karya Teknologi, karena pada saat ini banyak *order* yang diminta oleh para konsumen dan untuk jenis produksi *make to stock* akan mulai dibatasi, ada pun jenis – jenis produk dari *make to order* yaitu pembuatan program, mencetak buku, kartu nama, sedangkan jenis –jenis produk dari *make to stock* yaitu *soft ware* Multimedia Digital Laboratorium Bahasa (MD-LaB) dan sistem informasi aktivitas nilai absensi siswa (SIANAS). Semua produk CV. Media Karya Teknologi sudah dipasarkan dibeberapa kota seperti Bandung, Jakarta, Bogor, Tanggerang dan masih banyak kota – kota lain.

CV. Media Karya Teknologi mempunyai cara atau strategi pemasaran agar para konsumen mengetahui tentang perusahaan yaitu melakukan promosi dengan

memasang iklan di media cetak diantaranya di koran, pemasangan iklan di internet (e-mail), dan kunjungan langsung konsumen. Dalam usaha pembuatan *soft ware*, CV. Media Karya Teknologi bekerja sama dengan beberapa perusahaan ternama seperti PT. Telsis Indonesia, PT. Bahana Teladan, PT. Insvira solusi, dan PT. Sembada.

CV. Media Karya Teknologi belum mempunyai alat untuk memeriksa dasar sistem perusahaan seperti buku panduan kerja standar yang meliputi manajemen contohnya belum diterapkannya manajemen pada penjualan di perusahaan, maka keputusan yang diambil sering kali berdasarkan intuisi, dan pengalaman. Hal ini, mengakibatkan kegagalan dalam memasarkan produk pada konsumen karena sedikit produsen yang menyadari bahwa untuk merebut pangsa pasar bukan lagi melakukan perubahaan yang berorientasikan pada produk yang dihasilkannya, melainkan untuk mendapatkan *output* yang lebih baik dari satu sistem salah satunya adalah dengan mengevaluasi dari sistem yang ingin diubah, yaitu dengan menganalisis strategi bisnis yang terdokumentasi dan terdefinisi dengan baik seperti buku panduan kerja standar yang meliputi manajemen.

Melihat perusahaan-perusahaan pesaing semakin ketat serta perubahan teknologi yang semakin canggih yang mengakibatkan berubahnya selera konsumen secara cepat, hal ini yang membuat pentingnya strategi untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Cara terbaik dalam meningkatkan persaingan adalah dengan menganalisis faktor internal dan eksternal dengan menggunakan analisis matriks SWOT yang mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan serta untuk penentuan strategi yang diangap tepat yaitu dengan melakukan analisa menggunakan metoda *Matriks Quantitative Strategic Pllaning* yang berorientasi kearah pasar untuk mengantisipasi persaingan antar perusahaan sejenis.

Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk mengambil sebuah Judul **"Usulan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaingan Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM di CV. Media Karya Teknologi"**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas maka dalam tugas akhir ini akan dikemukakan suatu usulan strategi untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merumuskan strategi untuk meningkatkan daya saing dengan dengan menggunakan analisis matriks SWOT?
2. Bagaimana strategi yang tepat untuk diterapkan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin hari semakit ketat menggunakan metoda *Matriks Quantitative Strategic Pllaning* (QSPM)?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pelaksanaan penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis strategi untuk meningkatkan daya saing dengan dengan menggunakan analisis matriks SWOT.
2. Menganalisis alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin hari semakit ketat menggunakan metoda *Matriks Quantitative Strategic Pllaning* (QSPM).

1.4. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, agar tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang akan dikaji, maka dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Objek yang di teliti hanya pada produk aplikasi program lab bahasa.
2. Data yang digunakan yaitu data internal dan eksternal perusahaan yang bersangkutan dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.
3. Penelitian dilakukan berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dengan cara wawancara, Penyebaran kuesioner (*questioner*) kepada responden, observasi, studi pustaka, dan data internal dan eksternal perusahaan.
4. Penyusunan quisioner berdasarkan teori analisi SWOT dan pemilihan alternatif strategi berdasarkan QSPM.

1.5. Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan pemecahan masalah, pembatasan dan asumsi masalah, lokasi penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2 Landasan Teori

Bab ini berisi teori-teori dasar sebagai pendukung dalam pemecahan masalah strategi, serta berisi tentang model-model yang diambil untuk pemecahan masalah.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan model-model pemecahan masalah dan pembahasan langkah-langkah pemecahan masalah.

Bab 4 Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini membahas proses pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian, yang mencakup data mengenai sejarah perusahaan secara umum, serta data yang akan diolah dan dianalisis sehingga dapat dijadikan dasar untuk pembahasan mengenai permasalahan.

Bab 5 Analisis

Bab ini berisikan anailisis dan pembahasan berdasarkan hasil pengolahan data bab sebelumnya, yang mengarah kepada solusi dari permasalahan penelitian.

Bab 6 Kesimpulan Dan Saran

Bab ini berisikan kesimpulan yang diperoleh setelah membuat analisis, serta memberikan saran - saran yang dapat membangun, baik terhadap perusahaan, maupun terhadap pembaca.