

BAB 1

PENDAHULUAN

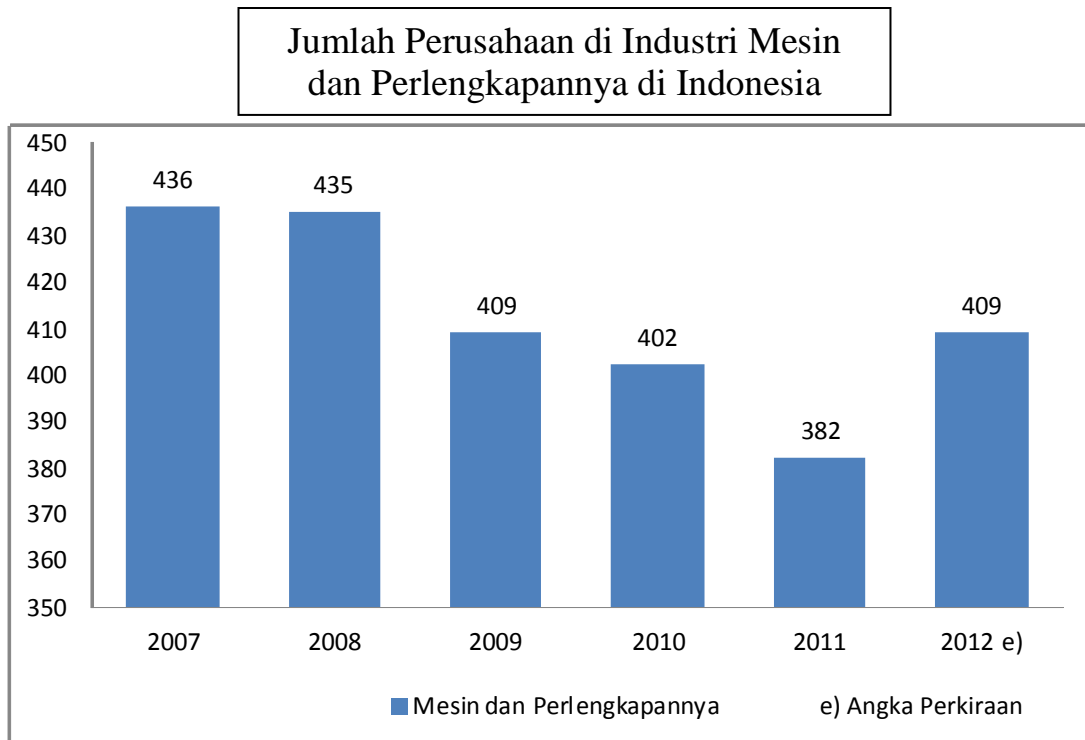
1.1 Latar Belakang

Digital printing adalah metode pencetakan modern dalam mencetak gambar/citra *digital* yang diolah oleh komputer ke permukaan material atau media fisik oleh mesin cetak (*printer*). Pada umumnya, proses ini digunakan untuk pekerjaan percetakan dengan volume atau jumlah terbatas. Dengan metode *digital printing*, beragam kebutuhan cetak dapat diselesaikan dengan cepat dan akurat. *Digital printing* tidak hanya dihubungkan dengan industri cetak dengan volume besar, tapi juga dapat juga berkaitan dengan industri promosi baik dalam ruang/*indoor* juga luar ruang atau *outdoor*.

Aplikasi *digital printing* biasanya digunakan sebagai alat promosi perusahaan hingga penyelenggaraan pemilihan kepala daerah (pilkada) atau pemilihan legislatif (pileg) tingkat provinsi maupun kabupaten/kota dalam bentuk brosur, spanduk, *billboard*, banner ataupun baliho.

Kini teknologi *digital printing* bergerak dengan cepat untuk memenuhi berbagai jenis kebutuhan konsumen. Hal itu dapat dibuktikan dengan telah adanya mesin *digital printing* dengan teknologi canggih, seperti mesin multifungsi *copier* dan *print based*, mesin pemindai atau *scanner document*, sistem faks yang diteruskan ke e-mail, bahkan membantu konsumen ke arah penghematan pemakaian kertas sebagai tindakan untuk melestarikan lingkungan.

Namun, bisnis *digital printing* sudah semakin sempit tempatnya, terutama bagi pengusaha yang tidak kreatif, membuat sebagian besar pelaku usaha harus siap bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Selain itu terdapat juga tuntutan bagi para pelaku usaha untuk bergerak cepat dan responsive. Sebaliknya bagi pengusaha yang kreatif, bisnis *digital printing* merupakan tempat yang menantang. Potensinya masih besar. (Sumber: www.digitalprintingindonesia.com)



Gambar 1.1 Data Statistik Jumlah Perusahaan di Industri Mesin dan Perlengkapannya di Indonesia

Sumber: <http://webbeta.bps.go.id/>

Ketua Asosiasi Pengusaha Mesin Cetak Indonesia (APMCI), Rudy Mulyadi, menyatakan bahwa pada tahun 2012, penjualan mesin *digital printing* sempat terpuruk. Untuk penjualan mesin cetak hanya sekitar 1.500 unit dan sebagian besar merupakan produk-produk nonbuatan China. (Sumber: www.memoarema.com)

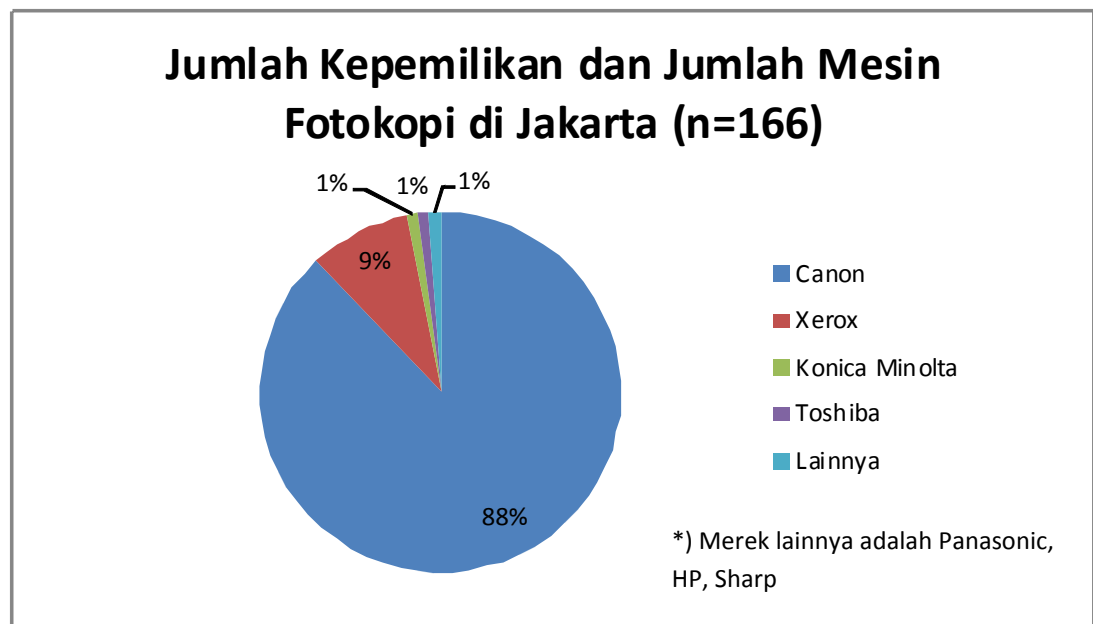
PT Samafitro merupakan perusahaan distributor di industri *digital printing* yang menjual berbagai macam produk *digital printing*, mulai dari mesin cetak digital, mesin multifungsi *copier based* dan *printer based*, mesin pemindai atau *scanner document*, sampai mesin dengan sistem faks yang diteruskan ke e-mail dengan berbagai merk ternama, seperti Canon, HP, Casio, Zund, Hiti, dan Anajet.

PT. Samafitro memiliki visi menjadi mitra pilihan utama di bidang solusi imaging dan printing. Misi perusahaan adalah memberikan solusi imaging dan printing yang sangat dibutuhkan karena memiliki pengalaman yang memuaskan. Tujuan jangka panjang perusahaan adalah untuk mencapai

pertumbuhan revenue & profit yang sesuai dengan keinginan *shareholders* dan *stakeholders*. Sementara tujuan jangka pendek perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mempertahankan pertumbuhan pendapatan yang berkelanjutan dari bisnis sebesar 15% per tahun hingga 2016
2. Menjadi no. 1 dalam hal pangsa pasar dengan ukuran 28% (minimum 7000 unit) dalam larutan pencitraan bisnis dalam waktu 3 tahun (hingga 2016)

PT. Samafitro merupakan distributor eksklusif dari mesin fotokopi multifungsi merk Canon. Kini, PT. Samafitro menjadi distributor terpercaya di industri *digital printing*. Hal itu dibuktikan dari banyaknya jumlah mesin fotokopi merk Canon yang beredar di Jakarta seperti yang digambarkan pada diagram berikut ini:



Gambar 1.2 Jumlah Kepemilikan dan Jumlah Mesin Fotokopi di Jakarta
Sumber: PT. Samafitro

Meski demikian, menurut hasil wawancara dengan manager marketing PT. Samafitro yang bernama Ibu Novita, terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh PT. Samafitro, antara lain para konsumen lebih tertarik untuk membeli mesin yang telah direkondisi yang memiliki harga jauh lebih murah dibandingkan dengan membeli mesin baru. Selain itu, mesin Multifungsi *Copier Based* merk Canon yang ditawarkan oleh PT. Samafitro memiliki harga

yang lebih mahal dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh kompetitor yang menawarkan mesin multifungsi *copier based* dengan spesifikasi yang sama dengan merk Xerox. Hal itu menyebabkan Mesin Multifungsi *Copier Based* merk Canon mengalami penurunan penjualan sehingga dikhawatirkan PT. Samafitro sulit untuk mencapai target revenue untuk tahun 2014 yang sebesar Rp 290 M.

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Mesin Multifungsi Merk Canon dan Xerox

Canon	Xerox
Rp 72.600.000,00	Rp 65.000.000,00

Sumber: www.fotocopy.info dan PT. Samafitro

Masalah lain yang dialami oleh PT. Samafitro adalah perusahaan sulit untuk mencocokkan mesin dan jumlah *feature-feature* tambahan pada mesin sehingga sering kali terjadi kekurangan *feature* mesin yang mengakibatkan perusahaan harus order ulang ke supplier sehingga terjadinya keterlambatan distribusi (pengiriman) produk ke konsumen. Selain itu adanya masalah di bidang SDM, yaitu perusahaan kesulitan dalam mencari karyawan baru yang berkompetensi untuk bekerja di perusahaan, karena produk-produk yang didistribusikan oleh PT. Samafitro memiliki teknologi yang canggih sehingga membutuhkan orang-orang yang berkompetensi agar dapat menjaga kualitas layanan.

Strategi bisnis yang tepat sangat diperlukan oleh PT. Samafitro agar perusahaan dapat mencapai visi, misi, dan tujuan jangka panjang maupun jangka pendek perusahaan. Oleh karena itu, PT. Samafitro harus merumuskan strategi bisnis yang tepat agar dapat mengatasi masalah yang dihadapi dan dapat bertahan serta terus bertumbuh di industry *digital printing* Indonesia.

Dengan pertimbangan di atas, maka penulis membuat penelitian dengan judul “ANALISIS FORMULASI STRATEGI BISNIS PADA DIVISI CHIPS PT. SAMAFITRO”.

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada analisis formulasi strategi yang harus dijalankan oleh perusahaan PT. Samafitro, terutama untuk divisi CHIPS

(*Corporate Hospitality Imaging and Printing Solution*) yang menangani produk mesin-mesin *copier* merk Canon. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui strategi bisnis yang tepat untuk PT. Samafitro agar dapat mengatasi masalah yang dihadapi, dapat bertahan serta terus bertumbuh di *industry digital printing* Indonesia. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT. Samafitro. Data diperoleh melalui *interview* dengan pihak internal perusahaan. Keterbatasan dari penelitian ini adalah pengambilan data primer, yang berupa kuesioner, merupakan subjektif dari pihak PT. Samafitro. Pembatasan ruang lingkup ini dilakukan untuk memudahkan proses penelitian.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal pada PT. Samafitro?
2. Bagaimana merumuskan alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh PT. Samafitro pada tahap masukan (*input stage*), tahap pencocokan (*matching stage*), dan tahap keputusan (*decision stage*)?
3. Apakah rekomendasi strategi bisnis yang paling tepat bagi PT. Samafitro?

1.4 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan latar belakang dan identifikasi masalah, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal PT.Samafitro. (T-1)
2. Untuk merumuskan alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh PT. Samafitro pada tahap masukan (*input stage*), tahap pencocokan (*matching stage*), dan tahap keputusan (*decision stage*) (T-2)
3. Untuk mengetahui rekomendasi strategi bisnis yang paling tepat bagi PT. Samafitro (T-3)

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pihak – pihak terkait diantaranya:

1. Bagi perusahaan

- Untuk mengetahui strategi bisnis apa yang dipakai perusahaan dalam menghadapi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan terhadap strategi bertumbuh dan berkesinambungan yang diterapkan oleh perusahaan.
- Perusahaan bisa mengetahui dengan strategi bisnis yang baik terutama ketika menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif.
- Perusahaan mampu meningkatkan kinerja dalam proses meningkatkan profitabilitas atas terjadinya penjualan.

2. Bagi penulis

- Dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri sehingga dapat memperluas, memperkaya wawasan serta ilmu pengetahuan penulis khususnya mengenai strategi dari suatu perusahaan dalam usahanya untuk meningkatkan pangsa pasar perusahaan.
- Agar dapat menjadi pegangan pada saat membangun bisnis baru dan mempraktekkan ilmu kewirausahaan dalam berstrategi.

3. Bagi pembaca

- Sebagai sarana informasi dan acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya serta bahan referensi bagi pembaca.
- Memberikan informasi dan pengetahuan dalam memahami cara-cara menghadapi masalah dalam suatu perusahaan dan memilih strategi apa yang cocok untuk digunakan suatu perusahaan dalam suatu masalah yang dihadapinya.

1.6 State of The Art (Tinjauan Pustaka)

Penelitian ini menggunakan tinjauan pustaka dari beberapa jurnal International dan nasional. Diantaranya adalah:

Tabel 1.2 State of Art

No.	Metode Penelitian	Jurnal	Hasil Penelitian
1.	SWOT Analysis and QSPM Matrix	Hashemi, Nima Fakhim, Mazdeh, Mohammad Mahdavi, Razeghi, Amirali, Rahimian, Ashkan. (2010). <i>Formulating and Choosing Strategies Using SWOT Analysis and QSPM MATRIX: A Case Study of Hamadan Glass Company. Proceedings of the 41st International Conference on Computers & Industrial Engineering</i> . 20(3). 366-371	Hasil dari penelitian ini adalah perumusan strategi menggunakan metode SWOT Analysis dan QSPM Matrix dengan hasil yang menunjukkan bahwa strategi yang diambil adalah "membentuk unit ketiga untuk memproduksi botol berwarna" sebagai prioritas pertama dan paling penting di antara strategi lain.
2.		Cox, Marcus Z.. Josh Daspit, Erin McLaughlin, Raymond J. Jones III. (2012). <i>Strategic Management: Is it an Academic Discipline?</i> . University of North Texas. Denton, TX. <i>Journal of Business Strategies</i> . 29 (1), 26-42	Jurnal ini menyimpulkan bahwa manajemen strategis memenuhi persyaratan Biglan (1973) dan harus dianggap sebagai disiplin akademis.

Tabel 1.3 State of Art (Lanjutan)

3.	Matriks IFE, EFE, CPM, TOWS, IE, SPACE, Grand Strategy dan QSPM	Kuncoro, Engkos Achmad. (2010). Analisis Perumusan Strategi Bisnis Pada PT. Samudera Nusantara Logistindo. <i>Jurnal Binus Business Review</i> , 1 (1). Retrieved from Universitas Bina Nusantara Journal Database. Jakarta Barat, Indonesia.1 (1). 169-184	Hasil akhir penelitian ini menyimpulkan bahwa rekomendasi atau usulan strategi bisnis yang tepat bagi perusahaan didapat berdasarkan hasil pengolahan data melalui Matriks QSPM adalah strategi pengembangan pasar (<i>market development</i>) yang lalu diikuti oleh pengembangan produk (<i>product development</i>).
4.	Matriks Internal Eksternal, Matriks SWOT, Matriks Grand Strategy, Matriks IE dan Matriks QSPM.	Hartiwi, Prabowo., Nurhanka, Pona., & Budi Utami Nur Hasanah, Sri. (2010). Evaluasi dan Rekomendasi Strategi Bisnis pada Divisi LPP-TVRI. <i>Jurnal Binus Business Review</i> , 1 (1). Retrieved from Universitas Bina Nusantara Journal Database. 1(1). 233-244	Hasil dari penelitian dengan mengevaluasi kondisi internal perusahaan dan menganalisis faktor eksternal yang terkait, strategi bisnis yang sesuai untuk LPP TVRI adalah strategi pengembangan produk. Diharapkan, LPP TVRI akan menambah acara-acara baru yang lebih inovatif dan kreatif sehingga mampu menjadi program acara unggulan bagi pemirsa TV.

1.7 Sistematika Penulisan Penelitian

Sistematika penulisan berisikan uraian singkat dari keseluruhan bab dalam penelitian ini untuk memudahkan pembaca mengetahui isi dari masing – masing bab yang diulas. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai :

Latar Belakang, yaitu mengenai uraian singkat mengenai mengapa permasalahan atas penelitian ini diangkat oleh peneliti,

Ruang Lingkup Penelitian, yaitu mengenai batasan – batasan kajian, ulasan maupun responden yang dibuat oleh peneliti untuk mempermudah penelitian,

Identifikasi Masalah, berisikan masalah – masalah yang ingin digali dan dicari tahu jawabannya oleh peneliti melalui penelitian ini,

Tujuan Penelitian, yaitu tujuan yang hendaknya ingin dicapai melalui penelitian ini

Manfaat Penelitian, berisikan hal – hal yang akan didapatkan oleh pihak – pihak yang terkait langsung dalam penelitian ini,

State of the Art, yaitu rangkuman hasil pencapaian yang lalu atau artikel terdahulu,

Sistematika Penulisan Penelitian, yaitu susunan singkat atas bagian – bagian dalam penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai:

Landasan Teori, yang dijadikan sebagai justifikasi dan dasar yang relevan dalam penyusunan penelitian ini,

Kerangka Pemikiran, yaitu pola penelitian yang membantu dalam pemahaman penelitian

BAB 3 METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan dan dibahas mengenai:

Desain penelitian, yaitu berisikan mengenai rencana dasar yang membantu pengumpulan data dan analisis dari penelitian,

Operasional variabel penelitian, yaitu ulasan singkat tentang operasional variabel dan jenis dari masing – masing variabel,

Jenis dan sumber data penelitian, yang berisikan mengenai jenis data dan darimana data tersebut didapatkan untuk kepentingan penelitian

Teknik pengumpulan data, yaitu bagaimana peneliti melakukan pengumpulan data primer maupun data sekunder

Metode analisis, yang berisikan keterangan tentang instrumen yang akan digunakan dalam mengolah data dalam penelitian

Rancangan Pemecahan Masalah.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai profil perusahaan, struktur organisasi, hasil analisis data, dan pembahasan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang simpulan dan saran yang disampaikan oleh penulis berdasarkan hasil penelitian.