

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berjalannya Masyarakat Ekonomi *ASEAN (MEA)* memberikan peluang sekaligus tantangan bagi pelaku bisnis. Dengan adanya *MEA*, setiap negara akan mengalami perubahan dalam kondisi ekonomi, yang tentunya akan mempengaruhi perekonomian Indonesia. Para pelaku bisnis di Indonesia perlu beradaptasi untuk menjaga kelangsungan usaha. Mereka kini dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat dan peluang bisnis yang lebih luas. Dalam situasi ini, perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menawarkan produk atau layanan yang memiliki nilai tambah. Hal ini menjadi penting karena pasar mengharapkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Umumnya, perusahaan berusaha untuk memenuhi harapan konsumen dengan membangun hubungan yang saling percaya dan berkelanjutan dengan pelanggan (Pitoy,2016).

Seiring perkembangan teknologi informasi dunia perekonomian Indonesia pun saat ini dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat, Menurut Acer Indonesia, 2021 yang dikutip (Saprudin, 2022) revolusi industri 4.0 memiliki dampak bagi persaingan bisnis. Perusahaan dapat memanfaatkan revolusi industri 4.0 untuk mendapatkan informasi mengenai persaingan bisnis yang sedang terjadi. Daya saing pada era revolusi industri 4.0 ini perusahaan-perusahaan dianjurkan untuk menambah atau memperkuat jaringan bisnis. Pada revolusi industri 4.0 ini kegiatan produksi dalam perusahaan tidak hanya melibatkan manusia, melainkan mesin. Pernyataan tersebut sudah diperkirakan dengan adanya hasil riset dari McKinsey Global Institute bahwa 15%

dari seluruh pekerjaan di dunia pada 2030 akan digantikan oleh sistem automasi dan robot.

Revolusi industri 4.0 di sektor percetakan Indonesia ini telah menjadikan bisnis ini sebagai salah satu yang tahan terhadap perubahan zaman dan semakin maju. Perusahaan percetakan saat ini makin berkembang dengan penggunaan mesin-mesin digital maupun offset yang jumlahnya terus meningkat. Di mana saat ini sebuah perusahaan percetakan menggunakan mesin-mesin yang bersifat digital ataupun offset yang terus bertambah jumlahnya. Hal ini dapat memungkinkan sektor percetakan untuk beroperasi dengan lebih cepat terhadap permintaan pasar, dan mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja manual untuk meningkatkan konsistensi hasil cetak yang lebih optimal.

Untuk sektor percetakan dan reproduksi media rekaman naik sebesar 14,48% dibandingkan dengan periode sama pada tahun lalu (Dinnata, 2017). Bisnis percetakan saat ini lebih padat modal karena perkembangan mesin cetak yang canggih dan sedikit memerlukan tenaga manusia. Saat ini percetakan besar di Indonesia sudah mulai mengadopsi teknologi *computer to press* berupa *direct imaging* (memakai master) dan *computer to print* (tanpa master) yang banyak menggunakan teknologi mesin digital printing. Bahkan percetakan-percetakan besar yang canggih sudah melengkapi peralatannya tidak hanya untuk urusan *pre-press*, tapi juga *post press* (proses finishing seperti *cutting*, *binding*, *folding*, *stitching*, *embossing*, dan lain-lain), sehingga percetakan menjadi bisnis *one-stop service* yang makin berkembang (Khatimah, K., dkk. 2023).

Bisnis percetakan saat ini terpaksa untuk meningkatkan pemasaran produk karena persaingan. Kotler dan Armstrong dalam (Rahmawati, 2017:3), menyatakan

bahwa managerial yang orang-orang di dalamnya mendapatkan yang diinginkan melalui penciptaan/pertukaran produk yang ditawarkan dan nilai produknya kepada orang lain. Dengan ini, pemasaran dapat membantu suatu perusahaan untuk mempromosikan barang-barangnya kepada pelanggan dengan memanfaatkan berbagai saluran distribusi. Namun perusahaan perlu menerapkan strategi yang tepat untuk memungkinkan bisnis percetakan ini menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan posisi mereka di pasar. Hal ini penting untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu perusahaan memerlukan strategi baru untuk terus berinovasi dalam produk dan layanan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Menurut Sofjan Assauri (2018:11) Tujuan dari penetapan strategi adalah untuk meraih kemenangan dalam persaingan. Strategi perusahaan berfokus pada cara organisasi beroperasi dalam menghadapi kompetisi bisnis, dengan berusaha meningkatkan kepuasan pelanggan melalui perbaikan dalam pengelolaan operasional perusahaan, demi mencapai kinerja yang diinginkan sesuai dengan tujuan organisasi. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan percetakan harus melakukan riset pasar dalam mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan spesifik pelanggan, memanfaatkan teknologi digital dalam strategi pemasarannya, seperti melalui media sosial dan platform *e-commerce*, sehingga menciptakan nilai tambah yang membedakan mereka dari kompetitor.

PT Solo Murni Kiky merupakan perusahaan yang bergerak dalam sektor percetakan ini dikenal karena kualitas produk yang tinggi, yang telah mendapatkan pengakuan baik di dalam maupun luar negeri. Mereka juga memperluas jaringan bisnis dan mempromosikan produk mereka di berbagai pameran internasional. PT

Solo Murni Kiky berkomitmen untuk terus memperluas jaringannya di setiap wilayah atau membangun jaringan distribusi baru di wilayah strategis agar dapat menguasai semua segmen pasar dengan berfokus pada strategi tertentu. Sebagai perusahaan distribusi, PT Solo Murni memastikan bahwa setiap produk yang dikirim tetap terjamin kualitasnya dengan menyediakan berbagai infrastruktur dan fasilitas yang bagus dan lengkap.

PT Solo Murni Kiky memiliki lebih dari 5.000 karyawan serta 17 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, dan produk mereka juga diekspor ke lima benua. Cabang PT Solo Murni Kiky yang paling besar dan unggul terletak di Surabaya dan Jakarta. Kedua cabang ini dikenal sebagai salah satu yang paling produktif dan memiliki kontribusi signifikan terhadap total produksi perusahaan. Selain itu, juga berfungsi sebagai pusat distribusi yang strategis, lokasi utama pemasaran dan penjualan produk, dengan pasar besar dan akses transportasi yang baik.

Peningkatan omset perusahaan sangat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan produk yang diberikan. Untuk memastikan omset ini terus meningkat, perusahaan perlu menerapkan strategi yang efisien dan efektif. Penerapan strategi pemasaran bagi PT Solo Murni Kiky dalam persaingan merebut pasar dan mempertahankan pelanggannya melalui penerapan strategi bersaing. Dalam persaingan usaha bisnis percetakan yang semakin tajam PT Solo Murni Kiky dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat, yang dimana dijadikan sebagai alat persaingan merebut pasar dan mempertahankan pelanggannya melalui strategi bersaing. PT Solo Murni Kiky harus menciptakan strategi-strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi persaingan saat ini agar tercipta strategi bersaing yang tepat sehingga perusahaan mampu mempertahankan pelanggannya.

Tabel 1.1 Penjualan PT Solo Murni Kiky

No.	Tahun	Pendapatan	Target
1.	2019	77.849.906.960	85.634.897.656
2.	2020	81.742.402.308	94.198.387.422
3.	2021	65.393.921.846	103.618.226.164
4.	2022	75.202.010.123	119.160.970.089
5.	2023	82.722.211.135	137.035.115.602
6.	2024	99.266.653.362	157.590.382.942

Sumber : *PT Solo Murni, 2025*

Tabel 1.1 di atas memperlihatkan data penjualan di PT Solo Murni Kiky yang fluktuatif. Pendapatan yang paling besar pada tahun 2024 sejumlah 99.266.653.362 dan penurunan pendapatan pada tahun 2021 sejumlah 77.849.906.960. Hasil wawancara dengan *Sales Marketing* PT Solo Murni Kiky, dapat diketahui bahwa tahun 2019-2021 Pandemi COVID-19 menyebabkan penurunan permintaan di berbagai sektor, termasuk produk yang diproduksi oleh PT Solo Murni. Pada pandemi COVID-19 melonjak sangat tinggi pada tahun 2021 sehingga penjualan sangat menurun drastis hingga 20% dari tahun sebelumnya. Hal ini juga berdampak kepada pekerjaan, pengurangan pendapatan, dan daya beli pelanggan menurun, di karena kan banyak anak sekolah yang dialihkan secara online sehingga penjualan alat alat sekolah seperti buku,pensil,pulpen tidak laku terjual di pasaran.

Selain terjadi karena dampak Pandemi COVID-19 PT Solo Murni Kiky terjadinya penurunan pendapatan yang tidak selalu mencapai target setiap tahunnya. Pada tahun 2022 masa dimana pemulihan pasar yang masih belum stabil

penjualannya dan belum bisa mencapai target yang ditentukan. Dan untuk tahun 2023-2024 karena sudah dianggap stabil total pendapatan penjualan mengalami kenaikan hingga 20%, tetapi PT Solo Murni Kiky masih belum bisa mencapai target di pasar karena terdapat faktor penghambat dalam penjualan dengan adanya distributor lain yang menawarkan harga lebih murah tetapi kualitas beda, ataupun harga murah tetapi kualitas yang sama yang dimana pesaing ini mengambil barang yang ditawarkan kepada Toko langsung dari pusat produksinya. Maka dari itu *Sales Marketing* PT Solo Murni Kiky Cabang Bandung ini sering kali kehilangan pelanggan akibat persaingan ini sehingga sulit untuk mencapai target yang sudah ditentukan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di sektor percetakan, penting bagi PT Solo Murni Kiky untuk memahami posisi mereka di pasar melalui analisis kompetitor. Dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari pesaing, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saingnya. Tabel di bawah ini menyajikan data mengenai beberapa kompetitor utama PT Solo Murni Kiky, mencakup seperti pangsa pasar, kualitas produk, dan inovasi yang diterapkan. Informasi ini tidak hanya memberikan gambaran tentang posisi PT Solo Murni Kiky dalam industri, tetapi juga membantu manajemen dalam merumuskan langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk mempertahankan dan memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan memahami dinamika kompetisi, PT Solo Murni Kiky dapat lebih siap untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar percetakan yang terus berkembang.

Tabel 1.2 Daftar Kompetitor di Kota Bandung

No.	Nama	Alamat
1.	PT.Sinar Dunia (Sidu, Vision)	Jl. Sinar No. 45, Bandung, Jawa Barat
2.	PT.Atali Makmur (Joyko)	Jl. Tegal alur No.11 Jakarta Barat
3.	PT.Kenko Sinar Indonesia (Kenko)	Jl. Elang Laut No.55 Jakarta Utara
4.	PT.Gelora Aksara Pratama (Suma)	Jl. H Baping Raya No. 100 Jakarta Timur

Sumber: *PT Solo Murni, 2025*

Tabel 1.2 menunjukan bahwa pesaing PT Solo Murni Kiky ini, *Sales Marketing* atau distributor yang menawarkan langsung ke Toko yang *Sales marketing* Kiky tawarkan. Pesaing ini pun menawarkan produk yang serupa Alat tulis kerja atau percetakan lainnya.

Hasil wawancara dengan Sales Marketing PT Solo Murni Kiky tingkat persaingan yang paling tinggi dengan PT Sinar Dunia. Perusahaan ini memproduksi alat tulis kerja dan menawarkan nya di pasar yang sama, tetapi dengan harga yang lebih murah dari produk buku kiky. PT Sinar Dunia dapat menawarkan harga yang lebih murah karena pusat produksi nya di Kota bandung. Strategi bersaing merupakan suatu unit usaha merupakan hal yang penting karena untuk menemukan posisi dalam industri tersebut, di mana perusahaan dapat melindungi diri dengan sebaik-baiknya terhadap tekanan persaingan atau dapat mempengaruhi tekanan tersebut secara positif (Porter dalam Ardhani, Y. D., dkk, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **“ANALISIS STRATEGI BESAING DALAM MENGHADAPI KOMPETITOR (STUDI PADA PT SOLO MURNI KIKY KOTA BANDUNG)”**.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang strategi bersaing yang tepat seperti apa yang harus diterapkan dalam menghadapi pesaing PT. Solo Murni Kiky.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran umum PT Solo Murni Kiky Kota Bandung?
2. Bagaimana Identifikasi pesaing PT Solo Murni Kiky Kota Bandung?
3. Bagaimana strategi bersaing pada PT Solo Murni Kiky Kota Bandung?
4. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi strategi bersaing pada PT Solo Murni Kiky Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran umum dan kondisi PT Solo Murni Kiky
2. Untuk mengetahui para pesaing PT Solo Murni Kiky
3. Untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing yang digunakan oleh PT Solo Murni Kiky
4. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi strategi bersaing pada PT Solo Murni Kiky

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PT Solo Murni Kiky dalam menghadapi persaingan. khususnya di Kota Bandung.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk hal-hal berikut:

1.5.1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai dasar dan referensi pengembangan kajian teoritis ilmu administrasi bisnis khususnya untuk peneliti-peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan analisis strategi bersaing.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak pihak, diantaranya:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai pembelajaran mengaplikasikan teori-teori yang dipelajari di perkuliahan dan menambah dalam keterampilan pengetahuan penulis khususnya mengenai analisis strategi bersaing pada PT. Solo Murni Kiky. Dan juga sebagai syarat menyelesaikan studi S1 Administrasi Bisnis.

b. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan dan pelayanan untuk menghadapi Kompetitor.

c. Bagi pihak lain

Bagi pembaca karya tulis ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bagaimana strategi saluran distribusi pada PT Solo Murni dalam menghadapi pesaing.

1.6 Lokasi dan lamanya Penelitian

Lokasi menjadi tempat penelitian dalam pembuatan karya tulis ini adalah pada PT Solo Murni Kiky Cabang Kota Bandung yang beralamat di Kompleks Pergudangan DE PRIMA TERA, Jl. Raya Sapan Blok A1, Kav. 9, Tegalluar, Kec.

Gedebage, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Alasan memilih lokasi penelitian di PT Solo Murni Kiky, lokasi penelitian ini dekat dengan rumah, hal ini dapat mempermudah untuk melakukan observasi, wawancara dengan pihak yang terkait dalam penelitian. Selain itu, di saat melakukan pra penelitian pada PT Solo Murni Kiky ternyata menghadapi tantangan dalam strategi distribusi yang harus diadaptasi untuk tetap bersaing.

Berdasarkan fenomena diatas ini, saya tertarik untuk melakukan penelitian di PT Solo Murni Kiky untuk menggali lebih mendalam mengenai bagaimana perusahaan merapkan strategi bersaing mereka untuk meningkatkan daya saing, serta memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan strategi bisnis di masa depan. Selain itu, aksesibilitas data yang baik dan dukungan dari manajemen perusahaan memungkinkan penelitian ini dilakukan secara menyeluruh dan efektif, sehingga hasilnya dapat bermanfaat tidak hanya untuk akademisi tetapi juga untuk praktik bisnis di industri terkait.

Tabel 1.3 Jadwal Penelitian

NO	KETERANGAN	TAHUN 2024-2025																															
		Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
TAHAPAN PERSIAPAN																																	
1	Penjajakan																																
2	Studi Kepustakaan																																
3	Pengajuan Judul																																
4	Bimbingan																																
5	Penyusunan Usulan Penelitian																																
6	Seminat Usulan Penelitian																																
TAHAPAN PENELITIAN																																	
1	Pengumpulan Data																																
	a. Observasi																																
	b. Wawancara																																
	c. Dokumentasi																																
2	Pengolahan Data																																
3	Analisis Data																																
TAHAP PENYUSUNAN																																	
1	Penyusunan Laporan																																
2	Sidang Skripsi																																
3	Perbaikan																																
Sumber : Data diolah peneliti tahun 2024/2025																																	