

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

CV. Internusa selaku produsen elemen pemanas merupakan perusahaan yang pada saat ini memerlukan pengembangan pasar. Selama ini bergerak di pasar Jawa Timur yang bertumpu pada industri manufacture. Persaingan pasar elemen pemanas di Jawa Timur saat ini sudah sangat tinggi, ini terlihat banyaknya perusahaan elemen pemanas yang pada awalnya hanya berkantor pusat di Jakarta, saat ini membuka cabang di Jawa Timur, dapat dilihat di tabel 1.1.

Persaingan yang semakin ketat menimbulkan pasar Internusa berkembang melambat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Pada 5 tahun pertama Internusa (2004 – 2009) terjadi pertumbuhan rata-rata Internusa mencapai 15 persen pertahun, sedangkan pada 5 tahun terakhir (2009 – 2013) rata-rata pertumbuhan Internusa hanya pada kisaran 8 sampai dengan 10 %.

Penyebab utama pertumbuhan Internusa yang lebih lambat di 5 tahun terakhir dibandingkan dengan 5 tahun pertama Internusa terjadi adalah banyaknya pemain produk elemen pemanas yang dulunya berkantor pusat di Jakarta, 5 tahun terakhir ini banyak yang membuka cabang di Jawa Timur.

Tabel 1.1. Perusahaan Elemen Pemanas yang berkantor di Jawa Timur

No	Nama Perusahaan	Kantor Pusat	Perwakilan di Jawa Timur
1	PT. INDO ASIA	JAKARTA	SURABAYA
2	USAHA SAUDARA MANDIRI	JAKARTA	SURABAYA
3	SINUS ELECTRIC	SURABAYA	-
4	SOKINDO	JAKARTA	SURABAYA
5	INTERNUSA	SIDOARJO	-
6	RAGIL TEKNIK	SEMARANG	SURABAYA*)
7	ALFA FIKRINDO	JAKARTA	SIDOARJO*)
8.	CV. CAKRA	JAKARTA	SIDOARJO*)
9	BONE ENGINEERING	BANDUNG	SIDOARJO*)
10	MULIA JAYA	JAKARTA	SURABAYA

*Sumber : Yellow Pages dan Website Perusahaan*

*Keterangan : \*) Partnership*

Melihat persaingan yang semakin ketat, manajemen Internusa memandang perlu untuk mencari pasar baru yang memungkinkan Internusa dapat bermain sebagai pemimpin pasar dengan kajian strategi yang mendalam sehingga Internusa bisa mendapatkan penambahan keuntungan atau laba sesuai dengan target yang di buat.

Daerah potensial yang menjadi bidikan manajemen Internusa adalah provinsi Bali, dimana Bali adalah suatu daerah yang bertumpu pada sektor pariwisata sehingga memiliki banyak hotel berbintang yang merupakan pasar potensial untuk produk elemen pemanas.

Potensi Bali dapat dilihat dari perkembangan wisatawan baik domestik maupun wisatawan asing dan jumlah hotel berbintang dan non bintang di Bali yang tidak tahun mengalami peningkatan, dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2. Banyaknya Hotel Berbintang, Non Bintang dan Wisatawan di Bali.

Tahun	Jumlah Hotel Berbintang	Jumlah Hotel Non Bintang	Jumlah Wisatawan Asing	Jumlah Wisatawan Domestik
2009	149	1.515	2.767.772	1.540.136
2010	155	1.536	3.242.690	2.121.487
2011	198	1.630	3.579.476	2.155.934
2012	218	1.696	3.875.454	2.539.704
2013	227	1.816	5.699.478	3.266.968

Sumber : BPS Bali 2014

Pertumbuhan sektor Pariwisata, Restoran dan Hotel (PHR) di Bali membuat pertumbuhan ekonomi Bali meningkat dari 5,43% menjadi sebesar 6,06% (yoy) pada triwulan II 2014. Angka pertumbuhan tersebut juga lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi nasional triwulan II 2014 yang sebesar 5,12% (yoy). Peningkatan pertumbuhan tersebut terutama didorong oleh sektor PHR yang tumbuh tinggi seiring dengan peningkatan aktivitas pariwisata dan perdagangan di triwulan II 2014 (Sumber : KER Bank Indonesia Agustus 2014).

Dari data yang ada potensi Bali yang besar merupakan peluang bagi Internusa untuk pengembangan pasar, dengan beberapa pertimbangan sebagai berikut :

1. Internusa memiliki kemampuan memproduksi elemen pemanas tipikal khusus untuk hotel dan restoran sehingga Bali yang memiliki banyak hotel berkelas Internasional merupakan peluang yang baik untuk meningkatkan pangsa pasar produk Internusa.
2. Jarak lokasi Produk Internusa di buat di Sidoarjo dan Bali yang mudah di jangkau sehingga memudahkan saluran distribusi produk Internusa berbiaya murah.
3. Internusa memiliki kemampuan produksi yang sangat efisien, dengan demikian harga di Bali bisa bersaing dengan produk-produk yang sudah ada.
4. Selama ini pasar di Bali di kuasai produk import, merupakan potensi yang besar untuk produk Internusa memasuki pasar di Bali dengan harga murah, kualitas yang baik, dan *after sales services* lebih unggul karena lokasi yang mudah di jangkau.
5. Belum adanya cabang atau kantor perusahaan sejenis di Bali, membuka peluang yang besar bagi Internusa untuk lebih fokus memasuki pasar di Bali secara lebih serius.

Saat ini produk Internusa sudah 5 tahun dipasarkan di provinsi Bali dengan 2 rekanan, yang menurut kajian dari manajemen Internusa nilainya masih sangat kecil dibandingkan dengan besarnya pertumbuhan wisata dan

industri perhotelan di Bali, penjualan melalui 2 rekanan di Bali dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2. Penjualan Produk Internusa di Bali melalui rekanan.

Rekanan	Nilai Penjualan Tahunan				
	2009	2010	2011	2012	2013
CV. CB	80.600.000	90.000.000	200.707.000	391.000.000	399.880.000
UD. JL	75.000.000	88.600.000	166.999.000	257.000.000	295.900.000

*Sumber : Bag. Keuangan CV. Internusa : 2014*

Dengan beberapa pertimbangan di atas, Internusa melihat ada peluang besar dan Internusa akan mampu memasuki pasar baru dengan strategi diamond, harga murah dan diferensiasi. Gabungan harga murah dan diferensiasi merupakan kekuatan dari strategi sebagai pendatang baru, selain itu jarak yang dekat dengan Bali membuat Internusa memiliki keunggulan dibidang distribusi berbiaya murah, penanganan (respon) terhadap masalah yang di hadapi pelanggan dapat dengan cepat.

Penulis ingin mendiskripsikan langkah Internusa di dalam melihat potensi pasar di Bali yang berdasarkan data memiliki pertumbuhan ekonomi yang baik dan bertumpu pada sektor pariwisata yang selama ini lebih tahan dari goncangan krisis.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian adalah :

***“Bagaimana Strategi Bisnis Yang Tepat Untuk Industri Produk Heating Element di Provinsi Bali”***

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dari Rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah mencari strategi memasuki pasar hotel di Bali untuk produk elemen pemanas.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diharapkan dan akan diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Memperluas pangsa pasar *elemen pemanas* produk Internusa di Provinsi Bali.
2. Meningkatkan pendapatan CV. Internusa dari jasa *service* dari *customer* di Bali.
3. Meningkatkan kualitas layanan pada pelanggan yang ada di Bali yang selama ini dilayani dari Sidoarjo.
4. Meningkatkan *revenue* dari penjualan *element pemanas* secara keseluruhan.

## 1.5 Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif eksploratoris. Metode pengambilan data yang digunakan adalah

survei menggunakan teknik wawancara dan observasi. Data yang diperoleh kemudian akan di analisis.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan terdiri dari 6 Bab. Adapun uraian yang terkandung didalam setiap bab adalah sebagai berikut :

### **BAB 1. PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, design penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA**

Bab tinjauan pustaka ini berisi tentang landasan teori yang akan dijadikan sebagai refrensi dan penunjang penelitian. Adapun yang akan diuraikan dalam bab ini adalah pengertian rencana pengembangan strategi pemasaran perusahaan didalam membuka pasar baru dalam rangka pengembangan potensi pasar dalam memasarkan produk disuatu wilayah.

### **BAB 3. METODE PENELITIAN**

Bab metode penelitian ini menjelaskan tentang metode yang dipakai dalam penelitian untuk mengambil data yang diperlukan, prosedur pengumpulan data sekaligus sumber datanya dan teknik analisisnya.

#### **BAB 4. GAMBARAN OBYEK PENELITIAN**

Obyek yang diteliti adalah potensi market *heating element* di Provinsi Bali sebagai pengembangan pasar produk Internusa untuk peningkatan pangsa pasar.

#### **BAB 5. ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini akan dianalisis potensi pasar elemen pemanas di wilayah Bali yang didalamnya terdapat banyak hotel berbintang, restoran besar, rumah sakit dan analisis kesiapan Internusa dalam memproduksi elemen pemanas yang memiliki keunggulan kompetitif dan mampu bersaing di pasar.

#### **BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian dan analisisnya sekaligus saran-saran yang diperlukan untuk tujuan perbaikan dan masukan untuk penelitian selanjutnya.