

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Krisis ekonomi telah membuat ekonomi Indonesia mengalami kemunduran dan bahkan beberapa sektor industri mengalami dampak serius seperti kekurangan likuiditas serta terancam bangkrut, tidak terkecuali pada industri minuman ringan. Industri ini juga mengalami tekanan dalam menghadapi krisis ekonomi dan juga disertai dengan peningkatan persaingan yang semakin tajam serta ketat. Sejak pertengahan 2001 sampai saat ini terjadi penurunan *volume* penjualan yang mempengaruhi penurunan *output* produksi.

Hal ini merupakan suatu tantangan bagi dunia usaha khususnya industri minuman ringan ini untuk dapat memperoleh kemajuan serta perubahan dengan mengadakan pembenahan diri, agar mampu mengantisipasi dan mengisi peluang-peluang bisnis secara cepat dan tepat.

Antisipasi terhadap perubahan merupakan langkah-langkah strategis yang harus dilakukan oleh perusahaan, agar mampu merumuskan Manajemen Strategi yang diperlukan perusahaan untuk menghadapi ketidakpastian, sehubungan dengan semakin bertambahnya jumlah kompetitor yang merupakan rival bagi perusahaan untuk meraih posisi dalam persaingan.

PT. Coca-Cola Distribution Indonesia Unit Surabaya, merupakan salah satu dari sekian banyak industri yang memproduksi minuman ringan. Hasil produksi minuman ringan tersebut telah banyak dikenal masyarakat di antaranya adalah Coca-Cola, Sprite dan Fanta (Orange, Fruit Punch, Strawberry dan Soda Water)

dalam berbagai rasa dan ukuran. Yang semuanya ini dikemas dalam berbagai ukuran, di antaranya kemasan 6.5 oz, 10 oz. Persaingan yang cukup tinggi dihadapi PT. Coca-Cola Distribution Indonesia pada pasar minuman teh, di mana sebesar 70%-80% pangsa pasar dimiliki oleh kompetitor yang memiliki konsumen fanatik. Selain itu, sebelumnya *Coca-Cola Company* juga telah memasuki bisnis air minum dalam kemasan dengan mengakuisisi Ades, Desember 2000. Dalam pasar minuman teh, *Coca-Cola Company* pernah memasarkan produk minuman berbasis rasa teh, Hi-C, tapi kinerja pasarnya tak secemerlang Sprite, Fanta dan Coca-Cola.

Pada tahun 2000 *Coca-Cola Company* di Indonesia mencapai pertumbuhan bisnis sangat fantastis sekitar 37%. Inilah angka pertumbuhan tertinggi sejak 70 tahun keberadaan Coca-Cola di Indonesia. Perusahaan selanjutnya mengembangkan sejumlah investasi, membeli truk-truk dan merekrut SDM yang handal. Namun dalam perjalanannya, pengaruh situasi eksternal kurang mendukung sehingga penjualan Coca-Cola di Indonesia terus menunjukkan tren yang kurang menggembirakan.

Penjualan Coca-cola di seluruh area operasinya sepanjang tahun 2001 lalu memang tetap tumbuh dibanding tahun sebelumnya, namun hasilnya belum seperti yang diharapkan. Bahkan pertumbuhan tahun 2000 lebih rendah dari 1999.

Menurunnya aktivitas bisnis membuat perusahaan perlu menata ulang organisasinya agar menjadi lebih efisien. Agar bisa bertahan dan keluar dari situasi sulit ini maka harus dikembangkan organisasi yang solid, yang memungkinkan untuk bekerja lebih efektif dan efisien sesuai dengan tuntutan lingkungan yang berubah.

Langkah ini dilakukan dengan menyusun strategi baru untuk meningkatkan penjualan, serta menyegarkan organisasi agar lebih efektif dan efisien.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah posisi strategik PT. Coca-Cola Distribution Indonesia Unit Jawa Timur melalui analisis SWOT?
- b. Alternatif strategi bersaing apakah yang seharusnya dipilih perusahaan berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut agar mampu mempertahankan kelangsungan hidup dan berkembangnya perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan penelitian ini, yaitu :

- a. Untuk mengetahui posisi strategik PT. Coca-Cola Distribution Indonesia Unit Jawa Timur sebagai dasar pengembangan strategi bersaing yang tepat di masa yang akan datang.
- b. Mengetahui kemungkinan langkah strategi yang harus ditempuh oleh PT. Coca-Cola Distribution Indonesia Unit Jawa Timur untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan berkembangnya perusahaan .

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai informasi bagi perusahaan, khususnya bagi yang memiliki wewenang dalam pengambilan keputusan manajemen, terutama yang berkaitan dengan strategi bersaing dari perusahaan.

b. Bagi pihak lain

Hasil penelitian dapat menjadi acuan dalam menambah pengetahuan, pertimbangan dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian yang ditulis dalam bentuk tesis ini disusun berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Pendahuluan, berisi tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Tinjauan pustaka ini meliputi landasan teori yang akan dipergunakan dalam penulisan karya tulis ini. Teori yang dirangkum dan mendasari penulisan karya tulis ini adalah teori-teori yang berkaitan dengan analisis lingkungan eksternal-internal yang berguna bagi penyusunan analisis SWOT.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode yang digunakan dalam menganalisis permasalahan yang meliputi identifikasi variabel, metode pengumpulan data, dan teknik atau pendekatan dalam menganalisis data.

BAB 4. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab 4 ini membahas tentang sejarah perusahaan, misi dan tujuan perusahaan, struktur organisasi dan manajemen strategik yang dilakukan.

BAB 5. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang penentuan posisi strategik perusahaan dan alternatif-alternatif arah strategik yang dapat diambil serta upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh PT. Coca-Cola Distribution Unit Jawa Timur (PT. CCDI Unit Jawa Timur).

BAB 6. SIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini berisi tentang kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran yang dapat disampaikan kepada pihak manajemen pada obyek penelitian.