

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam menghadapi era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, setiap perusahaan akan menghadapi lingkungan bisnis yang semakin dinamis dengan tingkat intensitas persaingan yang lebih tinggi. Agar dapat bersaing, bertahan, dan berkembang dalam lingkungan yang kompetitif tersebut, perusahaan sebagai produsen barang dan atau jasa dituntut untuk mampu memahami kekuatan-kekuatan persaingan dalam industrinya dan harus senantiasa mengembangkan strategi bersaingnya. Kondisi ini memacu dunia usaha untuk lebih peduli terhadap strategi yang dijalankan. Bahkan terus berupaya merumuskan dan menyempurnakan strategi-strategi bisnis mereka dalam rangka memenangkan persaingan.

Dari data yang didapatkan dari Badan Pusat Statistik kota Gorontalo (BPS) menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi kota Gorontalo tahun 2017 tumbuh 6,74 persen lebih cepat dibanding tahun 2016 yang sebesar 6,52 persen. Hal ini diikuti dengan ITK Provinsi Gorontalo pada triwulan IV-2017 sebesar 109,78. Nilai tersebut menggambarkan bahwa kondisi ekonomi konsumen di Gorontalo pada triwulan IV-2017 meningkat dari triwulan sebelumnya, tercermin dari nilai ITK-nya yang bernilai di atas 100, hal ini diikuti dengan jumlah perusahaan pada tahun 2015 adalah sejumlah 2.849.

Kedua fakta ini menunjukkan bahwa kinerja Makro kota Gorontalo meningkat pada tahun sebelumnya. Data diatas mengartikan bahwa Kondisi ekonomi konsumen di Gorontalo yang semakin meningkat yang tentunya akan diikuti dengan tingkat konsumsi atau tingkat pembelian pada konsumen yang

meningkat pula. Hal tersebut dapat menjadi bahan perhatian bagi para pelaku usaha dan tentunya menjadi peluang besar untuk dapat menarik minat konsumen dalam persaingan yang ketat, dimana harus semakin memperbaiki kinerja, inovasi produk melalui diferensiasi baik dari segi harga maupun kualitas. Namun nyatanya masih ada pelaku usaha yang belum mampu untuk memanfaatkan peluang tersebut dan bahkan mungkin dapat dengan cepat disaingi oleh pesaingnya, sehingga dalam hal ini dibutuhkan metode atau cara yang dianggap mampu untuk membantu para pelaku usaha agar dapat memiliki keunggulan dalam bersaing.

Globalisasi ekonomi juga tidak dapat dihindari oleh perusahaan di Indonesia yang akan menambah dinamika dan persaingan usaha yang semakin ketat. Dengan adanya dinamika usaha yang sangat fluktuatif dalam globalisasi ekonomi ini menyebabkan tingkat persaingan yang semakin tinggi. Untuk menghadapi fakta ini, perusahaan membutuhkan kinerja superior memerlukan usaha untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing melampaui kompetitor.

Keunggulan bersaing merupakan proses pembentukan perusahaan yang berbeda dengan perusahaan lainnya dengan memberikan keunggulan nilai bagi pelanggan dengan biaya rendah (*cost leadership*). Suatu perusahaan harus mengukur keunggulan bersaingnya dengan baik, khususnya agar mampu bersaing dalam industri, kalau tidak melakukan studi perbandingan dengan aktivitas bisnis pada perusahaan lain yang sejenis.

Strategi *Benchmarking* merupakan salah satu metodologi yang membantu untuk mencapai dan mengukur proses atau praktik yang sangat penting bagi peningkatan kinerja perusahaan, dan melakukan hal itu di seluruh industri. Proses

perbaikan kinerja diharapkan dapat membawa perusahaan mampu berkompetisi dengan perusahaan lain terutama yang bergerak dalam industri yang sejenis. Dengan melakukan metode *benchmarking* perusahaan diharapkan dapat lebih baik lagi dan mampu menyeimbangi pesaingnya.

Objek pada penelitian ini adalah Toko IRA Gorontalo yang beralamat di jalan Imam Bonjol No.29, Limba B, Kota Selatan, Kota Gorontalo adalah salah satu bisnis yang dalam kegiatan usahanya Toko IRA Gorontalo menjual berbagai ATK dan bahan pelengkap lainnya yang diantaranya adalah alat-alat tulis-menulis yang sangat lengkap mulai dari buku, pena, pensil spidol, kertas, dan masih banyak lagi. Selain alat tulis juga Toko IRA Gorontalo juga menjual alat-alat perlengkapan kantor seperti album, HVS, ordner, map dari berbagai jenis, tinta printer, kalkulator dan lain-lain. bahkan bukan hanya itu saja, toko ini juga hingga menjual perlengkapan acara ulang tahun, souvenir, dan alat-alat rumah tangga lainnya.

Toko IRA Gorontalo memiliki omset pencapaian sebesar 70-90 juta dari hasil penjualan mereka, hal ini belum termasuk dari jumlah kekayaan luas bangunan dimana Toko IRA memiliki dua bangunan penunjang. Toko IRA dalam bisnisnya telah dipromosikan melalui radio RRI Gorontalo. Sehingga tidak sedikit dari masyarakat gorontalo yang mengenal baik toko ini, toko ini juga berada di tempat yang cukup dikatakan strategis karena berada di daerah perkotaan. Terlihat dari penjelasan diatas Toko IRA telah berhasil mempertahankan usahanya dilihat dari banyaknya masyarakat gorontalo yang telah mengetahui keberadaan dari Toko ini dan masih mampu mempertahankan kegiatan usahanya agar masih tetap berjalan.

Untuk perusahaan Benchmarking penulis menetapkan CV. Mufida Gorontalo sebagai benchmarking dari Toko IRA Gorontalo dimana mereka sama-sama bergerak dalam bidang penjualan alat-alat tulis, dari segi produk dan harga juga bersaing. Dalam kesuksesannya dan keunggulan bersaingnya CV. Mufida tidak dapat diragukan lagi. Terlihat dari kelengkapan dan kualitas produknya yang sangat baik dibandingkan dengan kompetitornya yang lain. Kedua toko ini memiliki *brand* sangat dikenal oleh masyarakat gorontalo. Dalam hal ini, tentunya sama-sama memiliki strategi dalam menjalankan usahanya sehingga dikenal oleh masyarakat gorontalo dan bagaimana mereka melihat pesaing-pesaingnya untuk keunggulan bersaing.

Untuk dari segi harga Kedua toko ini relatif memiliki perbedaan yang tidak begitu terpaut jauh. Agar lebih jelasnya berikut Tabel Perbedaan atau perbandingan Harga antara Toko IRA Gorontalo dan CV.Mufida Gorontalo.

Tabel 1.1

Data Perbedaan Harga Produk Berdasarkan Hasil Observasi Langsung

Harga Barang/ Produk				
Toko IRA			CV. Mufida	
No	Nama Barang	Harga	Nama Barang	Harga
1.	Kertas HVS/RIM Tipe A4 70 gr SIDU	Rp.42.000	Kertas HVS/RIM Tipe A4 70 gr SIDU	Rp.42.000
2	Kertas HVS/RIM Tipe F4 80 gr SIDU	Rp.56.000	Kertas HVS/RIM Tipe F4 80 gr SIDU	Rp.56.000
3	Buku Tulis SIDU 58	Rp.36.000	Buku Tulis SIDU 58	Rp.37.000
4.	Buku Tulis DODO 30	Rp.17.500	Buku Tulis Lokomotif 38	Rp.28.000
5.	White Board Marker	Rp.8000	White Board Marker	Rp.8000
6.	Permanent Marker	Rp.7500	Permanent Marker	Rp.7000
7	Pena (Faster)	Rp.3000	Pena (Faster)	Rp.3000
8	Pena (Merek Lain)	Rp.1500	Pena (Merek Lain)	Rp.1500
9	Tipe X	Rp.3500	Tipe X	Rp.4000
10	Map Plastik Snail Hekter	Rp.10.000	Map Plastik Snail Hekter	Rp. 7000

Terlihat dari data diatas, khususnya untuk beberapa produk ATK Toko IRA dan CV. Mufida memiliki perbedaan harga yang tidak jauh berbeda, dimana perbedaan harganya hanya berkisar antara 500-1000 Rupiah. yang tentunya didukung oleh Kualitas akan produk itu sendiri. Dari segi diferensiasi dilihat kesesuaian dan kemasan produk CV.Mufida yang memiliki kemasan produk yang lebih baik dan modern dibanding dengan Toko IRA. Contohnya kemasan pada buku tulis dimana CV. Mufida memiliki kualitas produk dari kemasan yang tidak mudah rusak dengan corak dan ragam jenis buku tulis yang lebih menarik dibandingkan Toko IRA.

Strategi fokus pada toko IRA hanya memfokuskan pada penjualan ATK dengan didukung produk penunjang lainnya sedangkan CV. Mufida selain memfokuskan pada ATK juga memiliki lebih banyak lagi produk penunjang lainnya seperti menjual hiasan bunga, menjual berbagai jenis produk tas yang sangat beragam bahkan hingga alat-alat rumah tangga lainnya yang boleh dikatakan bahwa CV. Mufida memiliki kelengkapan produk yang sangat baik dari Toko IRA. Sehingga hal itulah yang kemungkinan dapat menjadi faktor Terlihat lebih banyaknya konsumen yang berkunjung di CV.Mufida, hal ini dapat menjadi bahan perhatian untuk Toko IRA agar lebih memperbaiki dari segi harga, peningkatan diferensiasi produk dan lebih memiliki produk penunjang yang lebih banyak lagi sehingga dapat menjadi unggul seperti CV. Mufida. Untuk dapat mempertahankan eksistensinya usahanya Toko IRA membutuhkan strategi yang dapat membantu hal tersebut.

Sehingga Berdasarkan Latar Belakang tersebut penulis tertarik untuk meneliti Strategi Benchmarking Terhadap Keunggulan Bersaing Toko IRA Gorontalo

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dikemukakan diatas maka yang menjadi masalah utama dalam penulisan proposal ini adalah masih kurangnya kepemimpinan harga, diferensiasi dan strategi fokus oleh tokoh IRA Gorontalo dibandingkan dengan pesaingnya CV. Mufida Gorontalo.

1.3 Rumusan Masalah

Seberapa besar pengaruh strategi benchmarking terhadap peningkatan keunggulan bersaing Toko IRA Gorontalo dengan kompetitornya CV. Mufida Gorontalo?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi benchmarking terhadap peningkatan keunggulan bersaing Toko IRA Gorontalo dengan kompetitornya CV. Mufida Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Memberikan wawasan untuk memahami seberapa besar pengaruh penggunaan konsep benchmarking dalam meningkatkan keunggulan bersaing.
2. Sebagai bahan acuan pembelajaran bagi generasi selanjutnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan yang terkait diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan agar bisa menjadi pioner dalam berbisnis dan dapat menjalankan bisnis secara berkelanjutan.