

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan pasar makanan ringan khususnya dalam industri wafer semakin bertambah pesat, hal ini memicu persaingan perusahaan wafer untuk menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Dalam industri produk wafer dapat dibedakan menjadi *wafer coating* coklat (wafer lapis coklat) dan *wafer non coating* coklat (tidak berlapis coklat). Peluang bisnis di sektor wafer ini sangat potensial dan mempunyai daya tarik pasar yang sangat besar, karena wafer termasuk dalam consumer goods yang sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia, hal ini bisa kita lihat pada saat hari raya contohnya lebaran, secara ekonomi bisnis yang satu ini pertumbuhannya semakin pesat, *market size* (ukuran pasar) dalam industri ini sebesar 2 milyar/tahun (Swa 2007).

PT Inbisco Niagatama Semesta adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman, yang berbasis di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1987 sebagai perusahaan patungan antara Inbisco Group, yang berbasis di Singapura, dan Niagatama Group, yang berbasis di Indonesia. Perusahaan ini awalnya fokus pada produksi permen dan permen karet, dengan merek dagang Choki-Choki dan Kopiko sebagai produk andalannya. Namun, seiring dengan perkembangan bisnisnya, perusahaan ini kemudian meluaskan lini produknya untuk mencakup minuman kopi dan teh dalam kemasan siap minum, serta biskuit dan makanan ringan lainnya. Sejak didirikan, PT Inbisco Niagatama Semesta terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, dan kini telah menjadi salah satu perusahaan makanan dan minuman terkemuka di Indonesia. Selain memproduksi produk-produk dengan merek dagang sendiri, perusahaan

ini juga bekerja sama dengan berbagai merek internasional untuk memasarkan produk mereka di pasar Indonesia. PT Inbisco Niagatama Semesta merupakan salah satu produsen yang ikut meramaikan persaingan didalam industri coklat berlapis coklat dengan merek Beng-Beng. Di bawah ini terdapat berbagai merek *wafer coating* coklat antara lain seperti Tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1. Merek dan Produsen Wafer Berlapis Coklat

Merek	Produsen
Gary Salut	PT. Garudafood Putra Putri Jaya
Beng beng	PT. Mayora Indah
TOP	PT. Delfi
Tim tam	PT. Arnott's Indonesia
Gary cokolat	PT. Garudafood Putra Putri Jaya

Sumber: SWA, 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat kita lihat terdapat beberapa merek dan produsen wafer *coating* coklat yaitu, Gary salut yang di produksi oleh PT. Garudafood Putra Putri Jaya, Beng beng yang di produksi PT Mayora Indah, TOP yang di produksi PT Delfi, Tim tam yang di produksi PT Arnott's Indonesia, dan Gary cokolat yang di produksi oleh PT Garuda Food Putra Putri Jaya.

Dari data di atas dapat disimpulkan persaingan dalam industri wafer *coating* coklat sangat ketat, ini terbukti dengan banyaknya produsen wafer berlapis coklat di masyarakat. Tabel 1 dibawah ini disajikan Top Brand Index pada produk wafer berlapis coklat.

Tabel 1.2. Top Brand Index Produk Wafer Berlapis Coklat Tahun 2018-2022

Tahun	Beng-Beng	Gary Salut	Tim-Tam	Kit-Kat
2022	37.70	17.30	11.50	7.90

Tahun	Beng-Beng	Gary Salut	Tim-Tam	Kit-Kat
2021	36.70	18.90	11.50	7.50
2020	36.60	21.10	14.30	8.30
2019	35.50	21.90	13.70	10.00
2018	33.46	7.17	9.55	5.23

Berdasarkan tabel 1 diatas berdasarkan Top Brand Index bahwa Beng-Beng merupakan produk wafer berlapis coklat yang cukup dikenal oleh masyarakat berikutnya merek Gary Salut, Tim-Tam dan Kit-Kat. Namun berdasarkan nilai dari Top Brand Index semua merek mengalami nilai yang berfluktuasi, hal ini mengindikasikan persaingan yang cukup ketat dan kompetitif, sehingga perusahaan sudah seharusnya Menyusun strategi alternatif yang efektif untuk tetap memenangkan persaingan.

Sejatinnya, setiap bisnis ingin memperluas pasarnya atau menjadi pemimpin pasar. Tujuan utama seorang manajer pemasaran adalah untuk mengubah produk perusahaan menjadi pemimpin pasar (Irawan, 2017 : xi). Ditengah persaingan bisnis yang ketat, menurut Yudiantara, (2018: 134), "Tidak mudah untuk menjadi market leader, disamping pencapaiannya sulit, mempertahankan justru lebih sulit karena pesaing juga berkeinginan menduduki posisi puncak sebagai market leader". Terlepas dari kenyataan bahwa itu sulit, perusahaan harus terus berinvestasi dalam meningkatkan pendapatan dan kemampuannya untuk mempertahankan posisi kepemimpinan pasarnya. Salah satu strategi untuk mempertahankan kepemimpinan pasar adalah memastikan bahwa konsumen terus membeli produk Beng-beng.

Berdasarkan fenomena diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dengan judul penelitian **Strategi Pengembangan PT. Inbisco Niगतama Semesta.**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, Adapun identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Penjualan yang relatif berfluktuasi
2. Konsumen mudah beralih kepada merek lain
3. Pesaing semakin banyak sehingga perlu adanya inovasi baru
4. Persaingan yang semakin kompetitif mengharuskan perusahaan untuk mengembangkan strategi alternatif yang lebih relevan dengan permintaan pasar

4.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian ini maka penelitian ini di fokuskan pada Produk kemasan The Pucuk Harum di PT. Inbisco Niगतama Semesta. Penelitian ini menggunakan alat analisis matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*) untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal perusahaan yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama. Matriks IE (*Internal External*) dan matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*) untuk mengetahui alternatif strategi yang digunakan untuk pengembangan usaha. Matriks QSP (*Quantitative Strategic Planning*) untuk mengetahui prioritas strategi. Penelitian ini hanya sampai pada tahap perumusan dari manajemen strategi, sedangkan untuk tahap implementasi dan evaluasi strategi menjadi wewenang manajemen PT. Inbisco Niगतama Semesta.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor lingkungan internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi pengembangan usaha PT. Inbisco Niगतama Semesta ?

2. Bagaimana posisi perusahaan berdasarkan faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha PT. Inbisco Niagatama Semesta?
3. Apa saja alternatif strategi yang sesuai bagi PT. Inbisco Niagatama Semesta dalam mengembangkan usahanya?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha PT. Inbisco Niagatama Semesta
2. Menegaskan Posisi perusahaan berdasarkan faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha PT. Inbisco Niagatama Semesta
3. Merancang alternatif strategi bagi PT. Inbisco Niagatama Semesta dalam mengembangkan usahanya.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini yaitu

1. Bagi kalangan Akademis, semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.
2. Bagi penulis adalah untuk memperoleh pengetahuan, mendapatkan gelar Sarjana serta penerapan ilmu–ilmu yang di perolehnya selama perkuliahan.
3. Bagi perusahaan melalui hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam melakukan evaluasi dalam menjalankan aktivitas perusahaan.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisikan untuk pihak pada objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan tentang referensi berupa buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.