

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang ini para pengusaha diuntut untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya ditengah masyarakat. Dengan mengetahui strategi persaingan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, para pengusaha akan mampu menemukan kesempatan untuk membangun keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaingnya. Strategi yang digunakan oleh suatu perusahaan akan mempengaruhi kinerja di masa yang akan datang. Strategi yang tepat akan menghasilkan kinerja yang efektif dan efisien dan dapat dilihat dari kemampuan dalam memperoleh laba, tingkat penjualan, loyalitas karyawan, citra di mata masyarakat.

Porter (1985) memiliki model “Lima Kekuatan Persaingan” sebagai alat untuk menganalisis lingkungan persaingan industri. Lima kekuatan persaingan tersebut adalah ancaman pendatang baru, kekuatan tawar-menawar pemasok, kekuatan tawar-menawar pembeli, ancaman produk *subtitusi*, persaingan di dalam industri. Lima Kekuatan persaingan tersebut secara bersama-sama menentukan intensitas persaingan dan kemampulaban dalam sebuah industri. Dengan demikian analisis terhadap “Lima Kekuatan Persaingan” perlu dilakukan jika suatu industri ingin bersaing dalam pasar yang kompetitif. Model lima kekuatan persaingan memperluas wilayah analisis persaingan. Secara historis ketika

mempelajari lingkungan persaingan, perusahaan berkonsentrasi pada perusahaan-perusahaan yang secara langsung bersaing dengan mereka. Akan tetapi persaingan pada masa sekarang dilihat sebagai sebuah pengelompokan berbagai cara alternative bagi para pelanggan untuk mendapatkan nilai yang mereka inginkan, dan bukannya sebagai perang diantara pesaing-pesaing langsung. Menurut Hunger dan Wheelen (2001), strategi bersaing atau strategi bisnis dimana berpusat pada peningkatan posisi bersaing produk dan jasa perusahaan dalam pasar tertentu yang dilayani perusahaan. Inti dari persaingan adalah proses yang dinamis dimana suatu keseimbangan tidak akan pernah dicapai dan suatu keadaan dimana struktur industry terus menerus diperbaharui.

Didalam *entrepreneur* setiap usaha sekecil apapun pasti memiliki strategi persaingan untuk menghadapi *competitor*, seperti halnya dengan toko Central Elektronik dengan kemampuan wirausaha yang baik, menerapkan strategi bersaing yang berbeda dengan usaha sejenis lainnya. Pemilik toko ini tidak sekedar melihat, tetapi juga memilih peluang-peluang yang memang layak untuk dimanfaatkan. Ia bekerja secara sistematis dalam menghadapi para pesaingnya.

Pada penelitian ini akan menentukan strategi bersaing yang digunakan oleh salah satu usaha elektronik di daerah Banjarnegara yaitu Toko Central Elektronik. Toko Central Elektronik didirikan pada tahun 1980 oleh Then Tjong Thay (Darius Davin). Pengusaha memberi nama Central Elektronik dengan maksud toko ini bisa menjadi pusat penjualan elektronik di daerah Banjarnegara. Usaha ini tergolong usaha menengah karena hanya memiliki 8 orang karyawan. Toko ini berlokasi di jalan Dipayuda no 46 di pusat keramaian kota disekitarnya

terdapat pasar, alun-alun dan terminal bus. Toko ini adalah toko elektronik terbesar dan teramai di dibandingkan dengan toko elektronik yang berada di Banjarnegara. Dalam menghadapi persaingan yang semakin *kompetitif*, maka toko Central Elektronik juga semakin memiliki banyak pesaing baru, jadi dalam usaha ini sangat dibutuhkan strategi bersaing yang tepat dalam menghadapi persaingan dewasa ini.

Dengan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui dan melakukan penelitian strategi bersaing yang digunakan oleh toko Central Elektronik, dengan judul penelitian: **TINJAUAN LIMA KEKUATAN PORTER PADA TOKO CENTRAL ELEKTRONIK DI BANJARNEGARA.**

1.2.Perumusan Masalah

Berdasarkan pada masalah yang telah dibahas pada bagian latar belakang, penelitian diharapkan dapat menjawab bagaimana tinjauan analisis Lima Kekuatan Porter pada toko Central Elektronik?.

1.3.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan dalam penulisan skripsi ini adalah mengetahui situasi bersaing pada toko Central Elektronik berdasarkan oleh lima kekuatan Porter.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Bagi penulis

Penelitian ini untuk mengetahui tinjauan Lima Kekuatan Porter yang digunakan oleh toko Cental Elektronik dalam menghadapi pesaing nya.

b. Bagi Pengusaha

Sebagai masukan bagi pemilik toko Central Elektronik supaya dapat mengatasi persaingan yang terjadi diantara pedagang elektronik di Banjarnegara.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan dan memberikan informasi tentang tinjauan Lima Kekuatan Porter yang digunakan oleh toko Central Elektronik.

1.5.Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini dibahas tentang konsep teoritis sebagai dasar untuk menganalisis permasalahan yang ada yang merupakan hasil studi pustaka, kerangka pikir dan definisi operasional.

BAB III: METODE PENELITIAN

Metode penelitian meliputi: populasi dan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Meliputi gambaran umum perusahaan sampel penelitian dan gambaran umum responden, serta hasil analisa data.

BAB V: PENUTUP

Penutup berisi kesimpulan dan saran yang dapat dirangkum dari bab-bab sebelumnya.