

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Globalisasi ekonomi dan perkembangan teknologi yang relatif cepat menyebabkan persaingan dalam dunia industri semakin tajam, khususnya antar perusahaan yang menghasilkan produk sejenis. Dalam hal ini pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting karena merupakan ujung tombak perusahaan, serta salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam upaya mendapatkan laba, mempertahankan kelangsungan hidup dan berkembangnya perusahaan. Jadi inti kegiatan dari pemasaran yang harus dilaksanakan yaitu bagaimana dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen secara menguntungkan.

Selanjutnya untuk mengatasi tingkat persaingan yang semakin ketat dalam mendapatkan dan memperebutkan pangsa pasar, maka pihak manajemen harus dapat membuat perencanaan dan strategi perusahaan dengan efisien dan efektif, satu diantaranya yaitu dalam menentukan strategi pemasaran untuk diterapkan di perusahaan sehingga perusahaan dapat survive dan berkembang.

Negara Indonesia adalah merupakan salah satu negara terbesar di dunia yang menghasilkan bahan baku karet alam (*latex*). Berdasarkan potensi ini maka bagi perusahaan yang memproduksi suatu produk dengan bahan baku latex tentu mempunyai keunggulan posisi dibandingkan perusahaan pesaing yang berada di negara bukan penghasil latex, karena perusahaan di Indonesia mendapatkan kemudahan dalam pengadaan bahan baku dan harga yang relatif lebih murah.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPB



MB-IPB

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Perbankan Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Salah satu produk industri dalam bidang kesehatan yang menggunakan bahan baku latex yaitu produk sarung tangan (*latex glove*) dan produk ini dapat digolongkan menjadi dua yaitu jenis *surgical* dan *examination*. Jenis sarung tangan latex *surgical* mempunyai fungsi khusus sebagai peralatan bedah umum dan bedah plastik yang hanya untuk sekali pakai, dan kualitas produk harus memenuhi persyaratan dengan memenuhi spesifikasi standard serta kriteria uji tertentu. Sedangkan jenis sarung tangan latex *examination* mempunyai fungsi untuk aktivitas yang lebih umum dan tidak mensyaratkan spesifikasi kualitas seperti jenis *surgical*.

PT. Saptindo adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi sarung tangan latex (*sterile latex glove*) tetapi hanya memproduksi yang berjenis *surgical*, sehingga segmen pasar produk ini terfokus kepada rumah sakit-rumah sakit baik didalam maupun diluar negeri. Bahan baku produk ini yaitu latex cair yang dipasok dari pabrik-pabrik pengolah karet yang berada di dalam negeri, sedangkan bahan kimia sebagai pendukung pembuatan produk ini sebagian besar masih diimport.

Jumlah perusahaan sejenis yang memproduksi khusus jenis *surgical* di dalam negeri baru ada dua perusahaan dan satu diantaranya yaitu PT. Saptindo, sedangkan jumlah perusahaan yang memproduksi jenis *examination* relatif lebih banyak. Menurut informasi dari Asosiasi Industri Sarung Tangan Karet Indonesia (ASTI), bahwa permintaan jenis sarung tangan latex untuk pasaran dunia pada tahun-tahun terakhir ini cenderung meningkat yaitu setiap tahunnya sebesar 3%-5%.





Namun demikian PT. Saptindo selama operasinya sejak tahun 1994 sampai tahun 2000 masih menunjukkan kinerja yang belum stabil, dimana angka pertumbuhan volume produksi dan penjualannya masih fluktuatif dan tergolong relatif rendah karena rata-rata produksinya per tahun baru mencapai maksimal 55% dari kapasitas terpasang.

Pada Tabel 1 dapat digambarkan besarnya permintaan terhadap sarung tangan latex surgical (*latex surgical glove*) serta market share produk PT. Saptindo dari tahun 1996-1999 dalam pasar dunia.

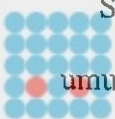
Tabel 1. Permintaan Terhadap Latex Surgical Glove PT. Saptindo Tahun 1996-1999

Tahun	Permintaan (Juta-pasang)				Market share (%)			
	1996	1997	1998	1999	1996	1997	1998	1999
Dunia	311,3	319,8	324,7	329,3				
PT Saptindo	7,7	13,2	9,1	9,6	2,5	4,1	2,8	2,9

Sumber : ASTI, 2001

Dari tabel di atas dapat dilihat market share produk PT. Saptindo pernah mencapai angka tertinggi yaitu sebesar 4,1%. Dengan adanya faktor keunggulan posisi yang dimiliki perusahaan dan permintaan produk untuk pasar dunia yang terus meningkat, maka seharusnya perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam meningkatkan volume penjualannya atau berproduksi sesuai kapasitas terpasang.

Selain itu faktor pendukung operasional yang dimiliki oleh perusahaan pada umumnya memiliki kondisi yang masih cukup baik, misalnya kondisi bangunan pabrik dan mesin-mesin produksi, sumber daya manusia serta sarana peralatan penunjang lainnya.





Bertitik tolak dari identifikasi permasalahan tersebut diatas, maka penulis bermaksud menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan selama ini dan selanjutnya mencari alternatif strategi pemasaran yang dapat direkomendasikan untuk diterapkan di perusahaan agar dapat meningkatkan volume penjualan dan volume produksinya sesuai kapasitas terpasang dalam rangka mengoptimalkan laba perusahaan.

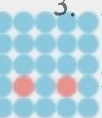
### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka perumusan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perusahaan melakukan kiat-kiatnya untuk menghadapi persaingan di dalam industri sarung tangan latex
2. Bagaimana pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap kinerja perusahaan
3. Bagaimana seharusnya perusahaan menerapkan strategi pemasarannya dalam upaya meningkatkan volume penjualan

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengevaluasi strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan untuk menghadapi persaingan di dalam industri sarung tangan latex
2. Menentukan faktor-faktor strategis perusahaan yang potensial untuk mendukung pengembangan usaha
3. Merekomendasikan alternatif strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan volume penjualan produk







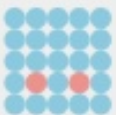
#### D. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian dilakukan di PT Saptindo yang memproduksi sarung tangan latex jenis surgical dan permasalahannya dibatasi pada analisis strategi pemasaran yang telah dilaksanakan perusahaan selama ini. Penelitian dilakukan sehubungan adanya masalah yang dihadapi perusahaan, yaitu kesulitan dalam meningkatkan volume penjualan, sehingga perusahaan tidak dapat memproduksi sesuai kapasitas terpasang. Dilain pihak masih adanya peluang permintaan di pasar luar negeri yang cukup potensial, walaupun di beberapa negara maju persaingan yang menyangkut kualitas sudah relatif ketat.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka perlu dievaluasi sampai seberapa jauh usaha segmentasi, targeting, positioning (STP) yang telah dilakukan perusahaan, serta mengkaji strategi bauran pemasaran yang diterapkan selama ini. Berikutnya dengan analisis swot, analisis bauran pemasaran serta analisis industri, dapat disusun rekomendasi alternatif strategi pemasaran untuk diterapkan di perusahaan dalam rangka meningkatkan volume penjualan.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IPPB



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor  
**MB-IPB**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.