

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki berbagai macam sektor industri . Perkembangan sektor industri tersebut memiliki kemajuan yang pesat, sebagai contohnya adalah industri manufaktur dalam bidang otomotif. Seiring dengan perubahan dan kemajuan teknologi, perkembangan persaingan bisnis pada sektor industri akan semakin sulit. Industri manufaktur sendiri merupakan suatu jenis industri yang mengolah bahan baku atau material mentah menjadi produk setengah jadi maupun produk jadi. Dalam pengolahannya diperlukan teknologi agar produktifitas perusahaan maksimal. Dalam dunia industri, teknologi merupakan faktor penting dalam pengolahan sumber daya perusahaan. Kemahiran teknologi idealnya harus diperhitungkan perusahaan sebagai strategi bisnisnya, untuk menjangkau penetrasi pasar, serta melakukan pengembangan produk baru. Hal ini menjadikan teknologi sebagai salah satu penentu faktor daya saing yang efisien dan efektifitasnya harus dapat diukur pada setiap periode, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi oleh manajemen perusahaan.

Industri otomotif menghasilkan variasi produk yang sangat luas dan beragam, mulai dari komponen mesin atau *engine*, komponen badan kendaraan bermotor, bahkan termasuk aksesoris interior dan ekterior kendaraan. Dan saat ini industri komponen otomotif terdiri dari skala industri kecil hingga skala besar.

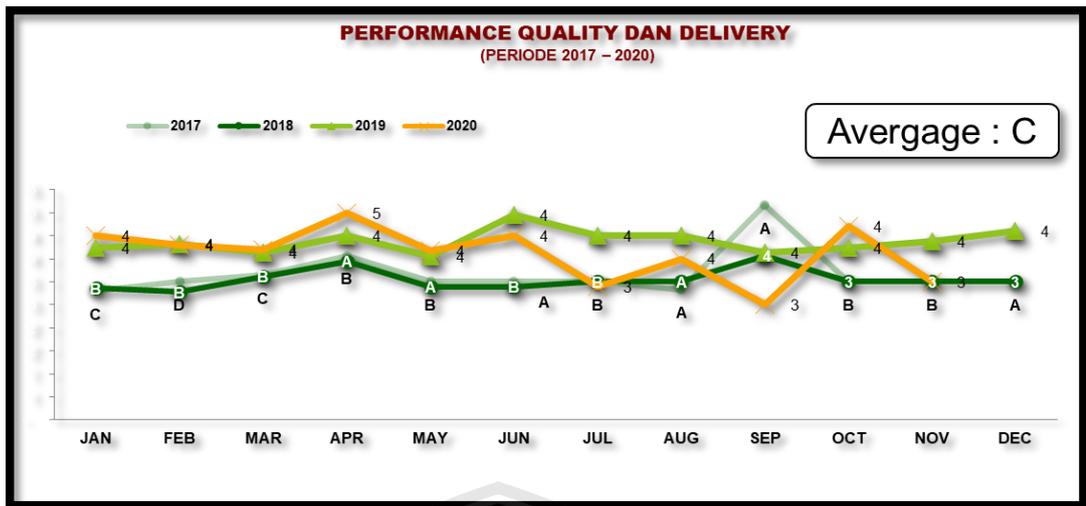
Semakin banyaknya industri dalam bidang otomotif menjadikan persaingan bisnis semakin ketat, terlebih bagi perusahaan yang menyuply komponen *part* untuk kendaraan bermotor. hanya perusahaan yang memiliki sumber daya investasi yang mampu bertahan dalam keadaan ekonomi global seperti pada saat ini. Dengan begitu perusahaan harus memiliki strategi bisnis yang kuat. Dalam industri manufaktur khususnya bidang komponen otomotif ada beberapa indikator yang dapat menunjang perusahaan tetap memiliki daya saing yang kuat, diantaranya adalah standar kualitas produk, harga yang kompetitif, ketepatan dalam *delivery* produk dan yang terpenting

adalah pelayanan terbaik terhadap *customer* yang akan menciptakan *customer* loyalitas yang tinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah strategi bisnis dalam industry komponen otomotif untuk meningkatkan daya saing. Dalam penelitian ini menggunakan studi kasus salah satu perusahaan komponen otomotif di Bekasi bernama PT Metindo Erasakti. PT Metindo Erasakti berdiri pada tahun 1989, beroperasi dengan support komponen otomotif kendaraan bermotor dan memiliki 9 *customer* besar diantaranya adalah PT Honda Prospect Motor, PT Astra Daihatsu Motor, PT Toyota Motor Manufacturing of Indonesia, PT Nissan Motor Indonesia, PT Hino Motor Manufacturing of Indonesia, PT Suzuki Indomobil Motor 2W&4W, PT Kawasaki Motor Indonesia dan PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing.

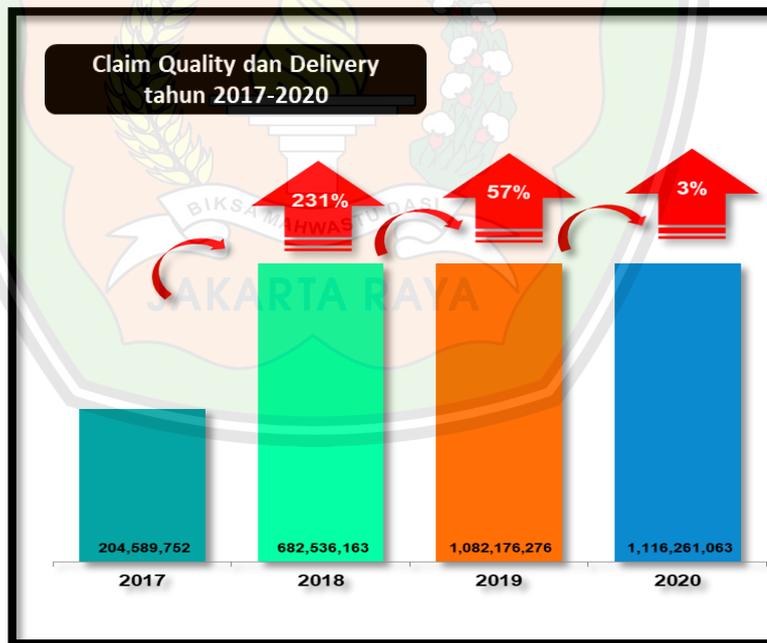
Produk unggulan PT Metindo Erasakti terbagi menjadi dua bagian, komponen otomotif untuk kendaraan roda empat dan roda dua. Untuk produk komponen roda empat diantaranya adalah *Steering Hanger, Support Radiator, Reinforcement Roof Panel, Cowl Top Outer, Frame Back Door, dan lain-lain. Sedangkan untuk komponen roda dua diantaranya adalah Main Stand, Stand Side, Handle Bar Comp, Bracket handle, dan lain sebagainya.*

Sebagai perusahaan otomotif yang sudah berdiri lebih dari 30 tahun, PT Metindo sampai dengan saat ini terus berusaha menjaga kualitas produk dan berkomitmen untuk selalu melakukan pengiriman barang sesuai dengan *schedule* yang diberikan oleh *customer*. Namun berdasarkan data *performance Quality dan delivery* yang diberikan oleh *customer* di tiap bulannya selama empat tahun terakhir, PT Metindo masih belum mencapai target baik *quality maupun delivery product*. Hal ini disebabkan oleh kurang cepatnya respon terhadap penanganan problem quality dan tingkat *emergency rit delivery* yang tinggi. Berikut adalah data *Quality Performance* PT Metindo Erasakti pada tahun 2017 – 2020.



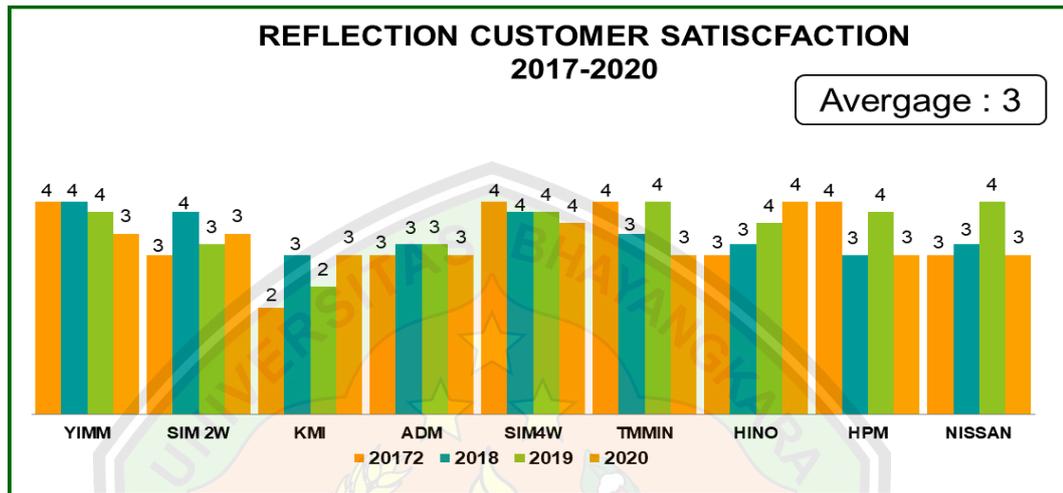
Gambar 1.1 *Quality dan Delivery Performance*

Selain itu presentase claim, baik claim *Quality Product* maupun claim yang disebabkan oleh keterlambatan *delivery* di empat tahun terakhir menunjukkan peningkatan *Cost* yang sangat signifikan, dapat dilihat pada diagram berikut ini :



Gambar 1.2 *Claim Quality dan Delivery*

Dilihat dari *performance quality* dan *delivery product* PT Metindo Erasakti diatas, mempengaruhi index kepuasan pelanggan, setiap tahunnya PT Metindo melakukan evaluasi kinerja pelayanan terhadap *customer*, dan di empat tahun terakhir index kepuasan *customer* masih belum mencapai target yaitu diangka 4 yang berarti “Puas”. Berikut adalah refleksi dari *Customer Satisfaction* PT Metindo Erasakti dari tahun 2017-2020.



Gambar 1.3 Reflection Customer Satisfaction

Dalam perkembangannya, dari sisi harga jual komponen otomotif PT Metindo Erasakti memiliki competitor dari perusahaan lain yang sejenis, diantaranya adalah PT Dharmapolimetal, PT Inti Pantja Press Industri, dan PT Setia Guna Selaras menyebabkan PT Metindo Erasakti harus selalu melakukan analisis yang berkaitan dengan peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan guna terus dapat bersaing dan memajukan usahanya. Strategi yang dilakukan oleh PT Metindo Erasakti terhadap lingkungan eksternal antara lain dengan cara menganalisa titik berat apa yang menjadi ancaman, dan apa yang menjadi peluang bagi perusahaan. Setelahnya perusahaan akan menganalisa lingkungan internal untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan dan apa yang menjadi kelemahan perusahaan. Dalam hal ini PT Metindo Erasakti melakukan strategi dengan cara peningkatan standar kualitas produk, mengevaluasi harga agar tetap kompetitif dengan perusahaan sejenis lainnya, menganalisa ketepatan *delivery* produk dan terus memberikan pelayanan terbaik terhadap *customer*. Dengan demikian PT Metindo

Erasakti diharapkan selalu dapat beradaptasi dengan lingkungannya sehingga upaya untuk mencapai tujuan perusahaan senantiasa akan dapat dicapai.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti akan menganalisa strategi bisnis yang berjudul “**Strategi Bisnis dalam peningkatan daya saing di industri komponen otomotif (Studi kasus pada PT Metindo Erasakti)**”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. *Performace Quality Product* masih dibawah target dan kurangnya respon yang cepat dalam mengatasi problem quality.
2. *Performance Delivery* product masih dibawah target dan tingkat *emergency rit* masih tinggi.
3. Kurangnya *evaluasi Cost* produksi untuk menciptakan harga yang kompetitif dibandingkan dengan perusahaan sejenis.
4. Index kepuasan pelanggan belum mencapai target.

## **1.3. Pembatasan Masalah**

Agar analisa dalam penelitian ini dapat lebih terarah dan terfokus, maka peneliti akan mengacu kepada object dan subject sebagai berikut :

1. Object Penelitian  
Guna penelitian yang akurat, peneliti berfokus pada variable *Quality Product, Delivery Product, dan Cost Product*.
2. Subject Penelitian  
Subject Lokasi penelitian ini dilakukan di PT Metindo Erasakti dengan menggunakan acuan data tahun 2017-2020.

## **1.4. Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh *Quality Produk* terhadap kepuasan pelanggan PT Metindo Eraskti?

2. Apakah ada pengaruh *Quality Produk* terhadap daya saing PT Metindo Eraskti?
3. Apakah ada pengaruh *Cost Produk* terhadap kepuasan pelanggan PT Metindo Eraskti?
4. Apakah ada pengaruh *Cost Produk* terhadap daya saing PT Metindo Eraskti?
5. Apakah ada pengaruh ketepatan *delivery* terhadap kepuasan pelanggan PT Metindo Eraskti?
6. Apakah ada pengaruh ketepatan *delivery* terhadap daya saing PT Metindo Eraskti?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi perumusan masalah, maka tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Quality Produk* terhadap kepuasan pelanggan PT Metindo Eraskti.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Quality Produk* terhadap daya saing PT Metindo Eraskti.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Cost produk* terhadap kepuasan pelanggan PT Metindo Eraskti.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Cost produk* terhadap daya saing PT Metindo Eraskti.
5. Untuk mengetahui pengaruh ketepatan *delivery* terhadap kepuasan pelanggan PT Metindo Eraskti.
6. Untuk mengetahui pengaruh ketepatan *delivery* terhadap daya saing PT Metindo Eraskti.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagi Perusahaan

Memberikan bahan masukan bagi perusahaan dalam menerapkan strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing dalam dunia industry komponen otomotif

b. Bagi Peneliti

Memberikan pengetahuan mengenai Strategi bisnis dan teori-teori mendalam mengenai analisa strategi bisnis sehingga dapat diterapkan dalam pekerjaan sehari-hari.

c. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai referensi dan tolak ukur untuk melanjutkan peneletiaan dengan pembahasan yang sama.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Penulisan penelitian ini di bagi dalam lima bab agar mempermudah pembahasan dan memahami garis besar penelitian ini. Isi dan bahasan ini sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan membahas mengenai teori-teori menguraikan tentang penjelasan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini membahas mengenai teori-teori yang melandasi penelitian serta menjelaskan penelitian terdahulu yang terkait, menggambarkan kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, definisi operasional variabel dan uji kualitas data, serta metode analisis data.

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum penelitian, hasil analisis data dan pembahasannya.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah di bahas pada bab-bab sebelumnya, Keterbatasan penelitian dan saran untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut.

