

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian Global Pada Era Modern saat ini menjadi semakin terintegrasi, dimana masing-masing negara termasuk Indonesia tidak dapat lagi menutup diri dalam aktivitas ekonomi dengan negara lain. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antara perusahaan, baik karena pesaing yang semakin bertambah, volume produk yang semakin meningkat, maupun bertambah pesatnya perkembangan teknologi, sehingga hal ini mengharuskan perusahaan untuk lebih memerhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan mengetahui strategi seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan. Oleh sebab itu persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan (Porter, 2006).

Agar suatu perusahaan tetap dapat bertahan, maka harus selalu melakukan evaluasi terhadap strategi-strategi eksisting untuk disesuaikan dengan kondisi sekarang. Evaluasi terhadap performansi perusahaan harus selalu dilakukan sehingga mampu memutuskan strategi improvisasi yang tepat sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan evaluasi ini dapat dilakukan melalui pengukuran terhadap kinerjanya (Artley, etal, 2001) Pengukuran kinerja dapat membantu pengambilan keputusan dalam rangka memperbaiki performa perusahaan, salah satunya adalah dengan memperbaiki strategi perusahaan karena sangat bermanfaat bagi perusahaan yaitu dengan menyediakan suatu pendekatan yang terstruktur, yang berfokus pada rencana strategis, tujuan, dan performansi, serta adanya mekanisme pelaporan pada manajemen tingkat atas.

Oleh karena itu perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan. Hal ini akan sangat membantu perusahaan dalam

mengenal diri serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman dalam menentukan strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan mengambil keputusan. Pengembangan strategi bersaing ini bertujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal yang sangat penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya yang ada (Rangkuti, 2008).

Ada dua faktor penting yang mendasari dilakukannya strategi bisnis atau bersaing, pertama adalah daya tarik industri bagi kemampulabaan jangka panjang serta sejumlah faktor yang menentukannya. Faktor kedua adalah posisi bersaing, baik daya tarik maupun posisi bersaing yang dapat dipengaruhi suatu perusahaan, dan inilah yang membuat pemilihan strategi bersaing menantang dan menarik. Meskipun daya tarik merupakan cerminan dari beberapa faktor yang kurang bisa dipengaruhi oleh suatu perusahaan, strategi bersaing mempunyai kekuatan cukup besar untuk membuat suatu industri menjadi lebih atau kurang menarik. Pada waktu yang sama, suatu perusahaan dapat memperbaiki atau merusak posisinya sendiri melalui pemilihan strateginya. Olehkarena itu, strategi bersaing bukan hanya merupakan tanggapan terhadap lingkungan melainkan juga upaya membentuk lingkungan tersebut sesuai dengan keinginan perusahaan dan pasar sasarnya. Sehubungan dengan pentingnya pemilihan strategi yang tepat, maka diangkatlah tugas akhir yang berjudul, “FORMULASI STRATEGI DAYA SAING GALANGAN BERDASARKAN COMPETITIVE PROFILE MATRIX (CPM) DI PT. KARYA PACIFIC TEHNIK SHIPYARD SAMARINDA.”

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian Formulasi Strategi Berdasarkan Competitive Profile Matrix (CPM) di PT. Karya Pacific Tehnik Shipyards Samarinda sebagai berikut:

1. Faktor Eksternal dan Internal apa saja yang dapat mewakili scoring dari suatu galangan kapal?
2. Berapa Skor CPM Pada Galangan Kapal PT. Karya Pacific Tehnik Shipyard Samarinda?
3. Mengetahui strategi yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan Galangan Kapal PT. Karya Pacific Tehnik Shipyard Samarinda?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian Formulasi Strategi Berdasarkan Competitive Profile Matrix (CPM) di PT. Karya Pacific Tehnik Shipyard Samarinda sebagai berikut:

1. Mengetahui Faktor Eksternal dan Internal apa saja yang dapat mewakili scoring dari suatu galangan kapal
2. Mengetahui skor CPM Pada Galangan Kapal PT. Karya Pacific Tehnik Shipyard Samarinda
3. Mengetahui strategi yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan Galangan Kapal PT. Karya Pacific Tehnik Shipyard Samarinda?

1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian Formulasi Strategi Berdasarkan Competitive Profile Matrix (CPM) di PT. Karya Pacific Tehnik Shipyard Samarinda sebagai berikut:

1. Untuk menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan PT. Karya Pacific Tehnik Shipyard Samarinda di masa yang akan datang.

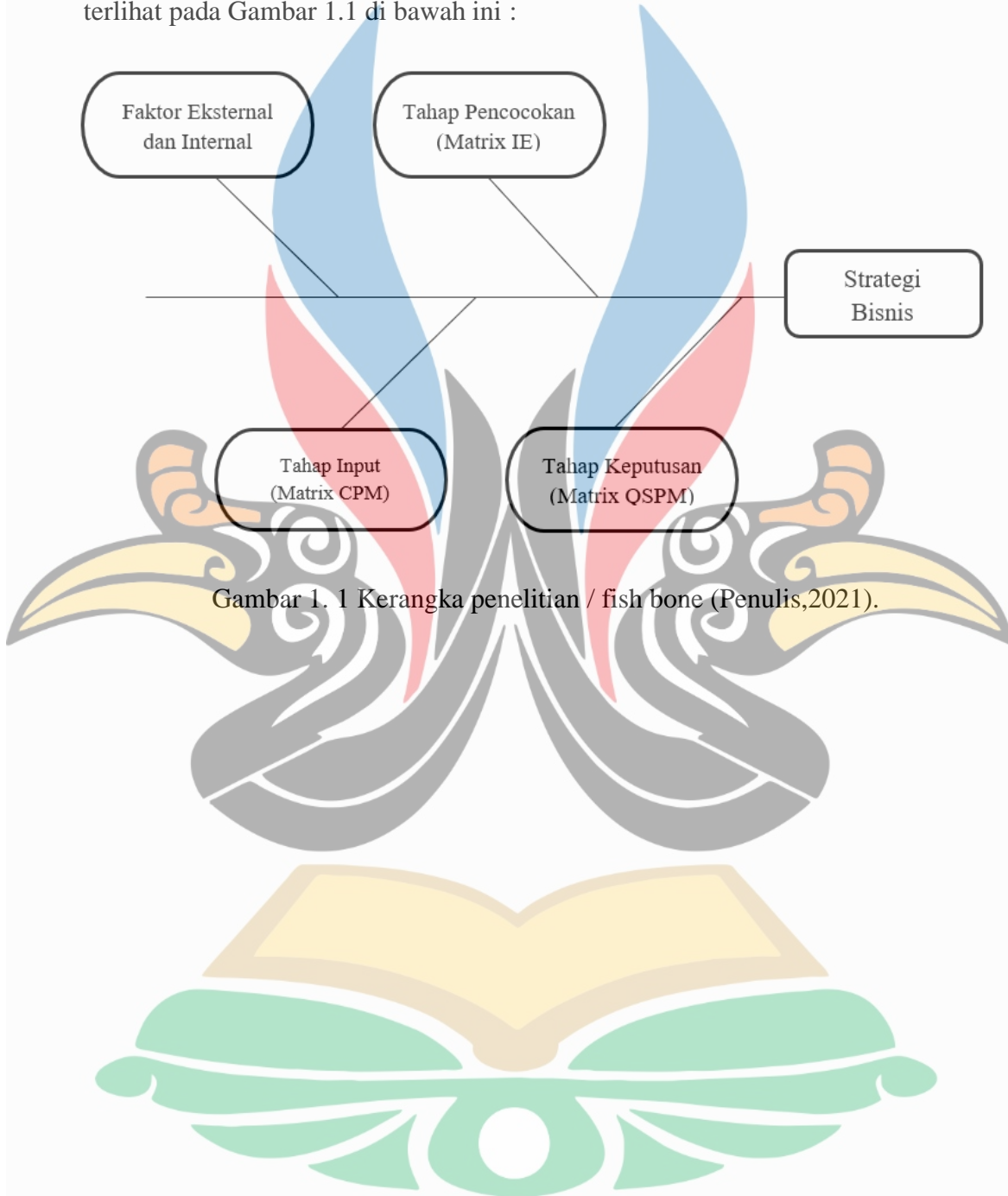
1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian Formulasi Strategi Berdasarkan Competitive Profile Matrix (CPM) di PT. Karya Pacific Tehnik Shipyard Samarinda sebagai berikut:

1. Faktor yang digunakan pada CPM adalah faktor yang dapat terukur berdasarkan data yang diperoleh

1.6 Kerangka Penelitian

Adapun kerangka pemikiran penelitian yang telah dibuat oleh penulis seperti yang terlihat pada Gambar 1.1 di bawah ini :



Gambar 1. 1 Kerangka penelitian / fish bone (Penulis,2021).