

BAB I.

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam perkembangan Industri, besi dan baja merupakan sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, mengingat perannya yang penting dalam berbagai industri, seperti konstruksi, manufaktur, otomotif, dan infrastruktur. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia, permintaan terhadap besi dan baja mengalami peningkatan yang signifikan. Menurut data dari Indonesian Iron & Steel Industry Association (IISIA), konsumsi baja nasional pada tahun 2024 diproyeksikan mencapai 18,3 juta ton, dengan tingkat pertumbuhan sebesar 5,2% dibandingkan pada tahun 2023 mencapai 16,8 juta ton. Dapat diperkirakan pada sektor properti sekitar 3%–5%, serta sektor otomotif sekitar 5%, yang akan berkontribusi langsung terhadap peningkatan permintaan baja nasional. Meskipun memiliki potensi besar, industri besi dan baja di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah persaingan dengan produk impor, yang seringkali lebih kompetitif dari segi harga dan kualitas.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) impor baja pada tahun 2023 mencapai 6,5 juta ton, meningkat 8% dari tahun sebelumnya. Selain itu, data dari Kementerian Perindustrian menunjukkan bahwa produksi baja nasional pada tahun 2023 mencapai 16,8 juta ton, sementara kebutuhan konsumsi domestik mencapai 17,9 juta ton. Hal ini menandakan adanya peningkatan minat terhadap besi dan baja yang perlu diimbangi dengan kapasitas produksi dalam negeri. Prediksi peningkatan permintaan produksi besi dan baja menjadi faktor penting dalam perencanaan produksi dan pemasaran. Dengan memahami pola permintaan pasar, beberapa perusahaan dapat mengoptimalkan kapasitas produksinya dan menghindari surplus atau defisit produksi yang dapat merugikan bisnis. Pada awal PT. Sapta Sumber Lancar memiliki berbagai jenis barang dengan total kurang lebih 500 ton yang berperan dalam distributor besi dan baja di Kabupaten Sidoarjo memiliki komitmen untuk menyediakan produk berkualitas tinggi kepada para pelaku industri konstruksi. PT. Sapta Sumber Lancar merupakan perusahaan

distributor yang bergerak dalam penyediaan berbagai jenis besi dan baja yang diperlukan dalam berbagai proyek konstruksi.

Perusahaan ini berfokus pada penyediaan barang berkualitas dengan harga yang kompetitif untuk memenuhi permintaan pasar di Sidoarjo, tepatnya di Jalan Berbek Industri 1 - NO.21 , Kecamatan Waru , Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Meskipun memiliki berbagai keunggulan seperti kualitas produk yang terjamin dan jaringan distribusi yang luas, PT. Sapta Sumber Lancar masih dihadapkan pada tantangan besar dalam meningkatkan volume penjualannya.

Peningkatan volume penjualan menjadi salah satu prioritas utama bagi perusahaan ini. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan perlu merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif. Strategi pemasaran yang baik tidak hanya berfokus pada pengenalan produk dan promosi, tetapi juga harus mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mendukung keberhasilan penjualan, seperti segmentasi pasar, penentuan target pasar, positioning produk, dan penggunaan bauran pemasaran yang tepat. Untuk itu, penting bagi PT. Sapta Sumber Lancar untuk mengkaji dan mengevaluasi strategi pemasaran yang telah diterapkan selama ini, sehingga dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan dikembangkan agar dapat meningkatkan volume penjualannya secara signifikan. Sebagai produk yang digunakan dalam sektor konstruksi, besi dan baja memiliki pasar yang sangat bergantung pada kondisi ekonomi dan permintaan dari industri konstruksi. Sektor ini terus berkembang seiring dengan pesatnya pembangunan infrastruktur di Indonesia. Namun, di sisi lain, perusahaan distributor besi dan baja seperti PT. Sapta Sumber Lancar harus menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan dan meningkatkan volume penjualannya. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan yang semakin ketat dari perusahaan distributor besar maupun perusahaan lokal yang juga menawarkan produk serupa dengan harga yang bersaing.

Dalam menghadapi berbagai tantangan tersebut, PT. Sapta Sumber Lancar perlu merancang strategi pemasaran yang mampu mengoptimalkan potensi yang ada untuk meningkatkan volume penjualannya. Strategi pemasaran yang efektif

dapat membantu perusahaan dalam memperluas pangsa pasar, menarik konsumen baru, serta mempertahankan loyalitas pelanggan lama. Terdapat beberapa metode strategi pemasaran yang ditawarkan, yaitu PESTEL Analysis, Balanced Scorecard (BSC), dan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). Berdasarkan perbandingan yang ada SWOT memberikan kemudahan penerapannya dan dalam hal fleksibilitas. SWOT tidak hanya mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, tetapi juga membantu perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih terfokus, adaptif, dan sesuai dengan kondisi pasar saat ini (Pasaribu et al., 2022). Oleh karena itu, SWOT menjadi metode yang sangat relevan dalam analisis strategi pemasaran PT. Sapta Sumber Lancar. Metode ini membantu perusahaan dalam mengidentifikasi faktor internal, seperti kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal, seperti peluang dan ancaman yang dapat mempengaruhi keberlangsungan bisnis. Dengan memahami faktor-faktor ini, PT. Sapta Sumber Lancar dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif guna meningkatkan volume penjualan serta menghadapi tantangan yang ada. Analisis SWOT memungkinkan perusahaan untuk menggali keunggulan kompetitifnya dan merancang strategi pemasaran yang lebih optimal. Dengan mengidentifikasi kekuatan yang dimiliki, perusahaan dapat lebih memaksimalkan potensi yang ada. Sementara itu, kelemahan yang ditemukan dapat menjadi bahan evaluasi untuk dilakukan perbaikan. Selain itu, pemanfaatan peluang eksternal dan antisipasi terhadap ancaman dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih adaptif dan berdaya saing tinggi (Pertiwi, 2022).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Sapta Sumber Lancar dalam upayanya untuk meningkatkan volume penjualan besi dan baja di Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini akan mengeksplorasi tantangan yang dihadapi perusahaan dan memberikan rekomendasi mengenai langkah-langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan volume penjualan secara signifikan.

Setelah melakukan penerapan rencana tersebut dengan sesuai maka PT. Sapta Sumber Lancar mendapatkan kesetabilan penjualan di tahun 2025 dan tahun 2026 yaitu 2000 ton per bulan dan dapat melakukan pembelian beberapa jenis barang

sejumlah 2500 ton sampai 5000 ton per bulan. Melalui penelitian ini, diharapkan PT. Sapta Sumber Lancar mendapatkan wawasan yang berguna untuk memperbaiki dan mengembangkan strategi pemasaran mereka, sehingga dapat memperkuat posisi perusahaan di pasar distribusi besi dan baja, serta mencapai tujuan untuk meningkatkan volume penjualannya secara berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi PT. Sapta Sumber Lancar, tetapi juga dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pemasaran di sektor distribusi bahan konstruksi secara umum.

1.2. Rumusan Masalah

Berlandaskan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini memerlukan rumusan masalah sebagai landasan dalam mengarahkan proses penelitian serta menjawab permasalahan yang menjadi fokus kajian. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk PT. Sapta Sumber Lancar?
2. Apakah strategi yang diterapkan PT. Sapta Sumber Lancar untuk meningkatkan volume penjualan besi dan baja di Kabupaten Sidoarjo?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan pengkajian yang kemudian akan dirumuskan dan menghasilkan alternatif strategi pemasaran menggunakan metode SWOT untuk dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan:

1. Menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Sapta Sumber Lancar dalam meningkatkan volume penjualan besi dan baja di Kabupaten Sidoarjo.
2. Menilai efektivitas strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Sapta Sumber Lancar dalam meningkatkan volume penjualan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Bagi Perusahaan (PT. Sapta Sumber Lancar): Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas strategi pemasaran yang telah diterapkan dan rekomendasi strategi pemasaran yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan volume penjualan, serta membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar dengan strategi pemasaran yang lebih tepat. Bagi Pelaku Bisnis di Sektor Besi dan Baja : Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan volume penjualan dan menjadi referensi dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih kompetitif.

2. Bagi Akademisi

Bagi Akademisi dan Peneliti Lainnya: Penelitian ini mampu Menjadi bahan referensi dalam penelitian terkait strategi pemasaran pada industri distribusi besi dan baja dan membuka peluang penelitian lebih lanjut mengenai strategi pemasaran yang lebih inovatif dalam sektor industri yang sama.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran di industri distribusi besi dan baja.