

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi yang serba canggih saat ini, persaingan pasar semakin ketat dan semakin kompetitif, sehingga perusahaan berlomba-lomba memberikan produk terbaik bagi konsumen dengan harga dalam tahapan rendah, namun ditengah pandemi dunia saat ini yang diterpa wabah *Corona Virus Disease* (COVID19) menyebabkan terjadinya problematika, wabah penyakit ini hampir menjangkit ke seluruh belahan dunia sehingga mengakibatkan perekonomian dunia mengalami penurunan dan banyak yang terhenti sehingga mengakibatkan harga produk atau barang melambung tinggi, di sisi lain hal itu juga berdampak pada suplai produk dari luar negeri yang semakin sulit untuk didapatkan. Kesulitan mendapatkan produk dari luar negeri itu sendiri terjadi dikarenakan adanya pembatasan akses kapal besar di berbagai pelabuhan dari mancanegara yang ingin masuk ke Indonesia, sehingga distribusi kedelai yang harusnya bisa sampai dalam waktu 1 bulan mengalami kemunduran jadwal hingga 1,5 sampai 2 bulan.

Konsumen pun banyak mencari alternatif dan dihadapkan pada banyak pilihan mengenai produk yang akan mereka pilih, produk dengan kualitas terbaik dengan harga paling rendah dan dengan waktu pengiriman yang lebih singkat yang dapat memicu minat konsumen itu sendiri, sehingga terjadilah persaingan-persaingan bisnis yang kompetitif yang menyebabkan perusahaan tidak bisa seenaknya berjualan dan menikmati keuntungan, persaingan itu sendiri tidak mengenal apa itu teman, saudara atau yang lainnya, persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu (*competition*) yang berarti kompetisi, pertarungan, Menurut Andini dan Aditya (2002), pengertian persaingan adalah usaha untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, dan pertahanan.

Permasalahan manajemen pada perusahaan merupakan bagian yang amat penting yang memerlukan perhatian khusus untuk memenangkan persaingan pasar ini, karena dengan adanya strategi yang baik dan pemilihan supplier produk yang tepat yang akan menjadi jalan bagi perusahaan untuk dapat menguasai pasar.

PT. Winata Jaya Trans merupakan distributor kedelai yang setiap minggu nya mampu mendistribusikan +- 100 ton kedelai ke wilayah Pasuruan, Malang, Sidoarjo dan Mojokerto, kedelai kedelai itu sendiri diimpor dari mancanegara seperti USA, Brazil dan Argentina. yang juga terkena dampak pandemi dunia sehingga harga kedelai naik drastis dan impor kedelai semakin sulit, beberapa negara tersebut memiliki berbagai kriteria dan kemampuan yang berbeda-beda sehingga sulit untuk memilih salah satunya. hal ini tentunya menyebabkan perusahaan harus berfikir ekstra keras untuk dapat lepas dari permasalahan ini, namun mencari stock bukan lagi perkara mudah mengingat negara-negara yang biasanya menjadi supplier pun turut mengalami permasalahan yang sama, sehingga perlu adanya keputusan yang benar-benar tepat untuk menanganinya.

Tabel 1. Karakteristik Supplier Kedelai sebelum Terkena Dampak Covid-19.

No	Negara pemasok	Waktu pengiriman	Harga/Kg	Kemampuan pasokan
1	USA	1 bulan	6075	1000 ton
2	Brazil	1 bulan	6000	1000 ton
3	Argentina	1 bulan	6100	1000 ton

Tabel 2. Karakteristik Supplier Kedelai setelah Terkena Dampak Covid-19.

No	Negara pemasok	Waktu pengiriman	Harga/Kg	Kuantitas pasokan
1	USA	2 bulan	6200	800 ton
2	Brazil	1,5 bulan	6250	600 ton
3	Argentina	1,5 bulan	6300	700 ton

Tabel 3. Pasokan Kedelai sebelum Terkena Dampak Pandemi Covid-19.

No	Bulan	Pasokan Kedelai
1	Agustus	400 Ton
2	September	400 Ton
3	Oktober	400 Ton
4	November	400 Ton
5	Desember	400 Ton

Tabel 4. Pasokan Kedelai setelah Terkena Dampak Pandemi Covid-19.

No	Bulan	Pasokan Kedelai
1	Januari	380 Ton
2	Februari	350 Ton
3	Maret	300 Ton
4	April	300 Ton
5	Mei	250 Ton

Dari tabel diatas dapat kita lihat perbedaan yang terjadi sebelum dan setelah adanya dampak dari pandemi covid-19 mulai dari waktu pengiriman, harga dan kuantitas semua mengalami perubahan yang signifikan. Secara umum Supplier adalah pihak “perorangan/perusahaan” yang menjual atau memasok sumber daya dalam bentuk bahan mentah kepada pihak lain “perorangan/perusahaan” untuk diolah menjadi barang atau jasa tertentu, sedangkan menurut Kotler & Armstrong (2012;32), Pemasok adalah salah satu elemen utama dalam sistem pemasaran modern. Pemasok membentuk hubungan penting dalam keseluruhan sistem penhantar nilai perusahaan. Keberadaan pemasok merupakan salah satu kunci bagi keberlangsungan sebuah usaha apabila ingin meningkatkan nilai usaha tersebut. PT.Winata Jaya Trans belum memiliki strategi yang tepat dalam menangani permasalahan ini, melambungnya harga kedelai dan sulitnya mencari stock untuk didistribusikan menuntut perusahaan untuk menyusun strategi yang baik bagi perusahaan, kesalahan strategi perusahaan akan berdampak pada kekecewaan customer dan memberikan peluang bagi pesaing untuk menguasai pasar.

Oleh karena itu perusahaan perlu memperhatikan dengan baik setiap langkah langkah dan keputusan yang akan dibuat, jangan sampai karena kesalahan memilih supplier menjadi pemicu utama yang dapat menyebabkan perusahaan gulung tikar, hal ini tentu sangat perlu diwaspadai.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara menentukan supplier yang tepat bagi perusahaan ditengah adanya pandemi yang mengakibatkan perekonomian dunia mengalami penurunan dengan menggunakan metode AHP.
2. Strategi apa yang paling tepat bagi perusahaan untuk tetap menjaga kestabilan harga dan tetap mendapat pasokan kedelai dengan harga murah serta mempertahankan customer dengan metode SWOT.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan tetap sesuai dan dapat dianalisa dengan baik, maka batasan masalah :

1. Penelitian yang dilakukan tentang pemilihan supplier.
2. Metode AHP dan SWOT digunakan untuk analisis kekuatan dan kelemahan faktor internal serta eksternal.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menentukan supplier yang mampu dan tetap konsisten menjaga suplai kedelai sehingga perusahaan dapat bertahan dan mampu memenangkan pasar berdasarkan AHP.
2. Mendapatkan strategi yang paling tepat untuk perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar ditengah adanya pandemi berdasarkan analisis SWOT.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Perusahaan dapat memilih dengan tepat supplier yang dibutuhkan dan sesuai dengan karakteristik perusahaan.
2. Perusahaan dapat menjaga kestabilan internal dan eksternal untuk mengoptimasi pasar.