

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Persaingan bisnis antar pelaku bisnis sangatlah ketat dan banyak para pesaing bisnis berlomba-lomba untuk meningkatkan industri mereka. Di era zaman sekarang, persaingan dalam dunia bisnis amat sangat erat dikarenakan para pelaku bisnis berbondong-bondong menjadikan bisnisnya sebagai leader pasar atau pusat utama dari target pasar, pelaku bisnis juga mempertahankan pasar mereka dengan berbagai macam cara dan strategi. Ditandai dengan adanya kegigihan para pelaku bisnis baik disektor jasa maupun perdagangan. Perubahan yang terjadi dilingkungan bisnis ini berdampak pada berbagai persoalan yang menyebabkan perusahaan harus siap menerima perubahan yang ada agar dapat mengikuti persaingan di pasar regional maupun pasar global. Jika perusahaan ingin menghadapi situasi persaingan yang ada maka perusahaan harus memiliki keunggulan yang kompetitif sehingga dapat memenangkan persaingan yang ada. Salah satu perusahaan yang terkena dampak dari perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitor adalah bisnis ritel. Bisnis ritel merupakan bagian dari saluran distribusi, yaitu sebagai penghubung antara kepentingan produsen dengan konsumen (Kotler & Keller, 2016)

Iklim persaingan usaha di Indonesia mengalami peningkatan pada 2021. Hal ini tercatat dalam laporan tahunan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) periode 2021 yang dipublikasikan di situs resminya pada April 2022. KPPU mengukur Indeks Persaingan Usaha (IPU) dengan sistem skor berskala 1-7. Skor 1 menunjukkan tingkat persaingan rendah, sedangkan skor 7 menunjukkan tingkat persaingan tinggi. Dengan system skor tersebut, indeks persaingan usaha di Indonesia pada tahun 2021 dinilai berada di level 4,81 tertinggi dalam empat tahun terakhir seperti terlihat pada grafik (KPPU, 2021). Salah satu menjadi resiko utama di bidang pelaku bisnis yaitu persaingan antar satu dengan yang lainnya.

Strategi bersaing yang baik tentunya diperlukan agar dapat menghasilkan situasi yang menguntungkan bagi perusahaan. Ada 5 hal yang umum digunakan perusahaan untuk dapat bersaing atau biasa dikenal dengan *five forces porter's*. Menurut Kotler & Keller (2016) adapun ruang lingkup dari lima kekuatan persaingan antara yaitu yang pertama, ancaman pendatang baru, yang mana merupakan aspek dari ancaman ini adalah dengan adanya beberapa hambatan yang masuk ke industri antara lain adalah hambatan harga, respon *incumbent*, biaya tinggi, pengalaman *incumbent* di industri, keunggulan biaya, diferensiasi produk, akses distribusi, kebijakan pemerintahan dan *switching cost*. Kedua daya tawar pemasok, yang mana daya tawar ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, tingkat konsentrasi pasar, diverifikasi, *switching cost*, organisasi pemasok dan pemerintah. Ketiga daya tawar pembeli, beberapa hal yang dapat dipengaruhi berbagai faktor antara lain diferensiasi, konsentrasi, minat pembeli, tingkat pendapatan, pilihan kualitas produk, akses informasi, dan biaya peralihan. Keempat ancaman produk pengganti, yang mana ditentukan oleh harga produk substitusi, *switching cost*, dan kualitas produk. Kelima persaingan dalam industri, merupakan hal yang dapat dipengaruhi ditentukan oleh berbagai faktor, yaitu pertumbuhan pasar, struktur biaya, hambatan untuk keluar dari industri, biaya peralihan, pengalaman dalam industri, dan perbedaan strategi.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ritel yaitu Galaxy Mart yang mana perusahaan ini berdiri tahun 2015 hingga sekarang yang mana bisa dikategorikan masih berjalan belum lama ini tetapi perkembangan penjualan sudah sangat pesat bahkan dapat bersaing dari lingkungan sekitar dilihat dari beberapa tahun belakang ini bahwa Galaxy Mart dapat mencapai penjualan yang meningkat diantara supermarket di sekitarnya. Dengan pemilihan produk oleh konsumen yang menjadi inti dasar adalah pada segi harga yang cukup miring dan dari segi pelayanan yang baik. Jadi dengan adanya para persaingan dari bisnis ritel yang terus semakin meningkat maka pesaing dalam industri ini cenderung lebih tinggi.

Keberadaan supermarket kompetitor menimbulkan persaingan bisnis yang memerlukan atensi khusus. Oleh karena itu, hal tersebut menjadi tantangan bagi Supermarket Galaxy karena supermarket ini bisa dibilang baru berdiri beberapa tahun yang lalu daripada supermarket di daerah sekitar, seperti Alfamart, Indomart, serta toko-toko lain maka Supermarket Galaxy harus mampu mengimbangi persaingan yang ada. Penerapan strategi porter five forces yang baik tentunya dapat menjadi keunggulan pada Galaxy mart agar dapat memaksimalkan keuntungannya. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul Analisis Porter's Five Forces Pada Supermarket Galaxy Di Kabupaten Semarang.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan analisis *porter's five forces* untuk strategi bersaing Supermarket Galaxy di Kabupaten Semarang?
2. Apa saja faktor-faktor penghambat penerapan strategi bersaing Supermarket Galaxy di Kabupaten Semarang?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan penerapan analisis porter's five forces untuk strategi bersaing Supermarket Galaxy di Kabupaten Semarang.
2. Untuk mengidentifikasi faktor penghambat penerapan strategi bersaing Supermarket Galaxy di Kabupaten Semarang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan kajian literature mengenai strategi kekuatan bersaing menggunakan metode porter five forces antar perusahaan untuk

memahami tingkat persaingan di dalam industri yang sama guna untuk meningkatkan profitabilitas penjualan pada perusahaan.

2. Secara Praktis

a. Bagi Swalayan Galaxy

Dapat menjadi acuan kedepan mengenai strategi bersaing guna untuk mengetahui posisi persaingan antara perusahaan lain serta dapat meningkatkan penjualan dalam jangka panjang dengan menggunakan metode yang benar agar terciptanya profitabilitas penjualan yang diinginkan.

b. Bagi Peneliti

Memberi kesempatan belajar dan memperoleh pengalaman dilapangan agar kelak dapat berguna dan bermanfaat dikehidupan selanjutnya serta penulis dapat menerapkan di masa yang akan datang sesuai dengan bidang yang sama.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang selanjutnya dengan topik pembahasan yang sama dan bisa membantu memudahkan peneliti selanjutnya karena sebagai acuan kedepan dalam mengerjakan.