BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan gaya hidup manusia yang modern sekarang ini, terutama masyarakat di lapisan menengah keatas khususnya lebih mementingkan *life style*. Mereka biasanya menikmati hidupnya dengan memanjakan dirinya dengan cara memenuhi dan melengkapi kebutuhan hidupnya dengan produk-produk yang praktis dan yang di dukung oleh teknologi. Pada saat ini, manusia tidak saja memenuhi kebutuhan primernya dengan cara membeli rumah yang bagus tetapi mereka juga melengkapi rumahnya, terutama kamar mandi yang selalu digunakan. Selain tempat tidur yang bisa membuat kita merasa nyaman, kamar mandi pun merupakan tempat kedua dimana kita bisa merasa santai *(rileks)* dan juga nyaman. Saniter merupakan alat perlengkapan kamar mandi *(toilet)* yang dibutuhkan dalam setiap rumah, perkantoran, gedung, hotel, restoran dan lain sebagainya. Karena saniter merupakan salah satu kebutuhan yang diperlukan oleh manusia dalam hidupnya. Jadi saniter adalah salah satu hal yang penting dalam mengisi kegiatan hidup manusia.

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan saniter antara lain: wastafel, kloset, shower dan lain sebagainya. Produk-produk yang dihasilkan tersebut merupakan aksesoris dalam melengkapi kamar mandi. Dalam industri saniter, tingkat persaingan yang terjadi masih rendah karena terdapatnya sedikit perusahaan yang bergerak di dalam bidang saniter. Di pasaran lokal, ada delapan produsen besar yang menghasilkan produk saniter. Kapasitas seluruhnya mencapai 4,36 juta unit. Mereka yang berstatus PMA ini adalah PT. Surya Toto Indonesia, Tbk, PT. Indo American Ceramic, atau American Standard Indonesia, PT. Inti

Furin Keramindo, PT. Radian Caramika, PT. Phoenix Sanitair, PT. Inax International, PT. Pearl, dan PT. Sarana Purna Cipta (www.republika.co.id)

PT Surya Toto Indonesia, Tbk adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang saniter. PT Surya Toto Indonesia, Tbk didirikan sejak tanggal 11 Juli 1977, perusahaan ini mengeluarkan produk saniter hampir 57% dari pendapatan pada 2000, dan telah mengekspor ke sekitar 30 negara seperti : Hongkong, Jepang, Singapore dan lainnya, dengan produk saniter sekitar 500 jenis dan fitting sekitar 200 jenis.

PT Surya Toto Indonesia, Tbk merupakan perusahaan saniter yang sudah "go international" dan mempunyai "brand image" di luar negeri dan dalam negeri khususnya di Indonesia. Hal ini menjadikan PT. Surya Toto Indonesia, Tbk dikelompokkan sebagai perusahaan yang memiliki pangsa pasar yang sangat kuat.

Perusahaan saniter yang akan dibahas atau diteliti oleh penulis dalam skripsi ini adalah PT Surya Toto Indonesia Tbk, produk yang dihasilkan oleh PT Surya Toto Indonesia, Tbk adalah kloset, bidet, urinal, wastafel dan perlengkapan kamar mandi lainnya. PT Surya Toto Indonesia, Tbk dalam menjual dan memasarkan produknya tidaklah sulit, karena masyarakat sudah mengetahui kualitas produknya dan mengenal merek dari produk TOTO ini. Dalam skripsi ini produk yang akan dibahas yaitu wastafel dan kloset, karena produk tersebut merupakan kebutuhan umum yang digunakan oleh semua masyarakat, dan khususnya bagi rumah tangga. Hampir setiap rumah memakai produk TOTO, hal ini dikarenakan produk TOTO sudah mempunyai *"brand image"* di masyarakat dan kualitas yang memenuhi standar ISO 9001.

Untuk tahun 2007 dan berikutnya, PT Surya Toto Indonesia, Tbk akan melaksanakan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan yang lebih tinggi dari tahun - tahun sebelumnya.

Tahun	Total Penjualan Juta Rp
2001	417,620
2002	414,704
2003	469,829
2004	570,863
2005	713,872

Sumber : PT. Surya Toto Indonesia, Tbk

Gambar 1.1

Data Penjualan

Oleh karena itu diperlukan adanya suatu strategi bisnis untuk mencapai keinginan atau target tersebut. Strategi yang akan dibuat tersebut adalah strategi yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran. Hal tersebut penting untuk dilakukan, karena merupakan salah satu kunci untuk meningkatkan penjualan, dan diharapkan strategi tersebut akan membantu bagian pemasaran perusahaan untuk memasarkan produk TOTO lebih baik lagi dalam rangka mencapai keinginan target tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka pengetahuan mengenai analisis SWOT sangat dibutuhkan dalam menentukan strategi pemasaran. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan kajian penelitian yang berjudul : **"Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Surya Toto Indonesia, Tbk".**

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam tahap ini merupakan kegiatan berupa mencari masalah yang sekiranya dapat dijadikan jawaban melalui penelitian, adapun masalah yang ingin penulis bahas dalam penelitian ini :

1. Apa yang menjadi kekuatan, kelemahan serta peluang dan ancaman bagi PT. Surya Toto Indonesia, Tbk ?
2. Bagaimana cara memformulasikan strategi pemasaran yang tepat bagi PT. Surya Toto Indonesia, Tbk?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan dari mengadakan penelitian ini adalah :

- Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan juga peluang dan ancaman dari PT. Surya Toto Indonesia,Tbk.
- Untuk mengetahui formulasi strategi pemasaran yang tepat bagi PT Surya Toto Indonesia, Tbk.

1.4 Manfaat Penelitian

Bagi perusahaan PT Surya Toto Indonesia Tbk :

1. Perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi kekuatan dan kelemahannya dan juga dapat mengetahui peluang serta ancaman yang akan dihadapinya dalam memasarkan produknya.
2. Perusahaan dapat mengetahui formulasi strategi pemasaran yang tepat yang dapat diterapkan oleh PT. Surya Toto Indonesia, Tbk.
3. Memberikan sumbangan bagi ilmu dan pengetahuan dalam bidang manajemen strategi.

4. Dapat memberikan masukan dan pertimbangan bagi penilitian selanjutnya dalam merumuskan formulasi strategi pemasaran dalam suatu perusahaan.