

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan utama yaitu untuk memperoleh keuntungan yang kemudian dapat dimanfaatkan untuk pengembangan perusahaan (Ariyani, 2010 : 1). Ketika sebuah perusahaan dapat maju dan berkembang maka pembangunan perusahaan kedepannya juga akan terjamin dengan baik. Faktanya dalam dunia usaha dewasa ini perkembangan usaha telah memasuki tahap pasar persaingan yang ketat. Dalam persaingan bisnis, setiap perusahaan pasti ingin menjadi perusahaan yang mendapatkan keuntungan terbesar diantara perusahaan-perusahaan pesaing lain. Tidak jarang ada perusahaan yang berani mengambil risiko yang sangat berbahaya hanya untuk mencari peluang menjadi perusahaan yang lebih baik dari para pesaingnya.

Setiap perusahaan yang ingin berkembang wajib untuk terus ikut serta dalam perkembangan kondisi pasar yang ada. Mereka diwajibkan untuk meningkatkan kemampuan daya saing perusahaan mereka, tetap teguh dan berjuang meskipun berada di masa sulit, berpikir kreatif, mengelola karyawan dengan baik, meningkatkan efektifitas kinerja mereka, melakukan pengambilan keputusan yang tepat, menjaga hubungan baik dengan relasi, serta berbagai hal lain yang membuat perusahaan mampu terus *sustain* di dunia bisnis yang ada.

Kemampuan perusahaan untuk terus *sustain* di dunia bisnis tidak luput dari semangat *entrepreneurship*. Perusahaan yang ingin maju dan berkembang di dunia bisnis dewasa ini wajib untuk menerapkan semangat *entrepreneurship*, bukan hanya bagi pemilik perusahaan namun juga bagi para karyawan. Semenjak awal dari sebuah usaha berdiri, berkembang, dan mencapai puncak, semangat *entrepreneurship* akan terus dibutuhkan dan diterapkan.

Aneka Group adalah salah satu usaha yang tumbuh dan berkembang dengan semangat *entrepreneurship*. Aneka Group sendiri bergerak di bidang distribusi, *retail*, dan *repackaging* produk-produk plastik sejak awal berdirinya pada Desember 2009 yang lalu hingga saat ini. Aneka Group biasanya melakukan penjualan produk untuk disalurkan kepada *end user* dan *reseller*. Aneka Group memiliki pelanggan yang cukup beragam seperti halnya usaha *retail*, rumah makan, *supermarket*, toserba, dan lain sebagainya. Penulis yang merupakan personel dari Aneka Group juga melakukan penjualan toner dan drum ke Dili Timor Leste, penjualan dilakukan kepada perusahaan dan juga perorangan baik yang dikirim langsung ke Dili maupun dikirim di daerah Surabaya sendiri.

Plastik yang merupakan produk utama dari usaha Aneka Group adalah salah satu produk yang sudah melekat di dalam kehidupan masyarakat Indonesia, sehingga konsumsi akan produk plastik di Indonesia dapat dikatakan cukup besar meskipun tidak sebesar di negara maju lain. Karena cukup besarnya pasar produk plastik di Indonesia, maka seiring berjalannya waktu industri plastik Nasional Indonesia mengalami peningkatan terus-menerus dari waktu ke waktu, berikut merupakan data industri plastik Nasional:

Tabel 1.1  
Data Industri Plastik Nasional

			2004	2005	2006	2007	2008
1	Jumlah Perusahaan	unit	833	837	859	871	892
2	Tenaga Kerja	orang	120.192	123.088	127.280	128.763	131.835
3	Kapasitas	juta ton	1,95	2,15	2,15	2,35	2,35
4	Utilisasi	%	79,00	80,00	81,00	76,00	70,00
5	Produksi	juta ton	1,54	1,72	1,74	1,78	1,65
6	Nilai Produksi	Rp. trilyun	19,08	21,31	21,56	24,11	23,28
7	Ekspor	ribu ton	292,95	346,89	345,29	337,26	324,51
		US\$ juta	506,16	612,14	683,29	734,43	805,54
8	Impor	ribu ton	101,09	107,77	121,08	136,81	203,81
		US\$ juta	179,59	213,48	249,70	280,41	557,57
9	Kebutuhan Dalam Negeri	juta ton	2,85	2,90	2,90	2,10	2,15

Sumber: Departemen Perindustrian Tahun 2009

Dari data pada Tabel 1.1 dapat dilihat dengan jelas bahwa industri produk plastik merupakan salah satu bidang usaha yang menjanjikan, hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan jumlah perusahaan dan kapasitas serta nilai impor yang meningkat dari tahun ke tahun, namun pada setiap tahunnya kebutuhan dalam negeri masih belum dapat terpenuhi dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa Aneka Group memiliki peluang yang besar untuk melayani pasar dalam bidang produk plastik karena adanya permintaan produk yang besar namun tidak dapat terpenuhi seluruhnya.

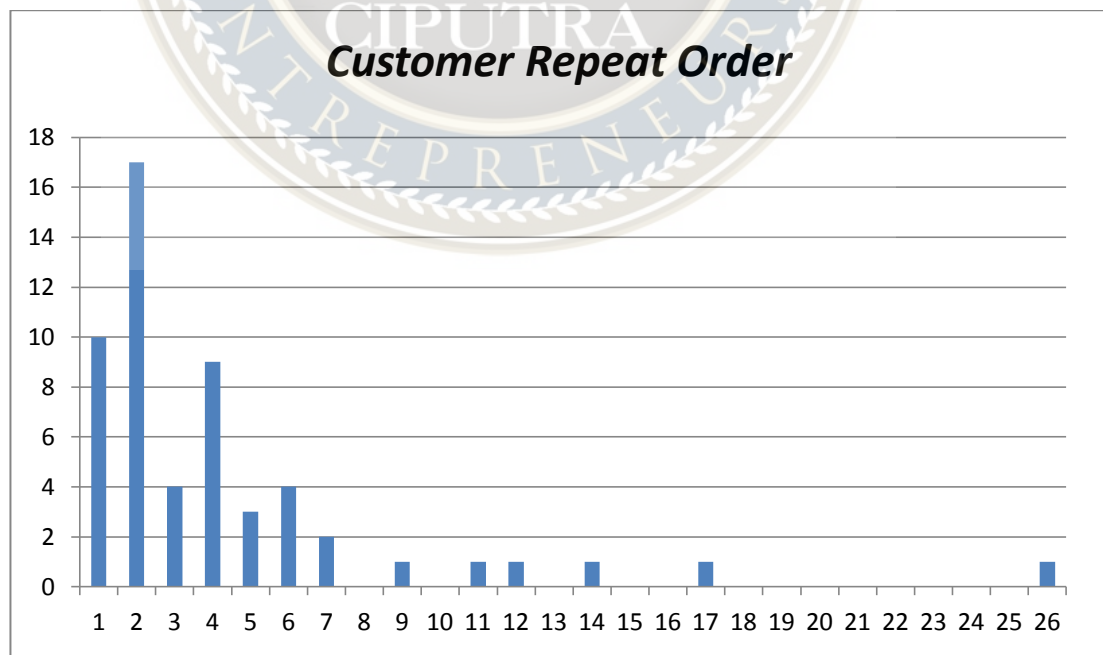
Aneka Group yang merupakan perusahaan distribusi dengan produk utama plastik memiliki peluang yang cukup besar dalam usaha yang bersangkutan, namun ketika sebuah pasar tersebut besar semakin besar pula tantangan yang dihadapi. Tantangan tersebut dapat berasal dari dalam perusahaan sendiri maupun dari luar perusahaan. Bagi Aneka Group, untuk bisa mengatasi tantangan yang

ada terdapat dua kunci penting yaitu pengambilan keputusan berisiko yang tepat dan ketekunan dalam menjalankan bisnis tersebut.

Pengambilan keputusan yang tepat terhadap sebuah permasalahan serta pengambilan risiko (*“risk taking”*) yang tepat seringkali dibutuhkan untuk mengembangkan perusahaan dengan lebih baik lagi. Misalnya saja ketika konsumen baru meminta sistem pembayaran kredit, perusahaan harus berani mengambil keputusan untuk memberikan kredit. Karena dengan memberikan fasilitas pembayaran kredit kepada konsumen, peluang akan terjadi *repeat order* semakin besar, namun kemungkinan konsumen yang lari dan tidak membayar akan menjadi risiko yang dihadapi. Selain masalah pembayaran seringkali perusahaan juga harus bisa mengambil keputusan berisiko dalam hal pengambilan produk dalam jumlah besar disaat harga tidak menentu, melakukan pinjaman dana kepada bank disaat perusahaan kesulitan *cash money*, pembelian mesin dengan harga yang cukup tinggi untuk melakukan produksi dengan menggunakan dana pinjaman dari bank, dan pembelian produk baru dalam jumlah yang besar karena permintaan kosumen tertentu sedangkan belum ada konsumen lain yang melakukan permintaan akan produk tersebut. Masalah pengiriman dan keamanan penjualan produk toner dan drum ke Dili juga memiliki risiko yang tinggi yaitu dengan kemungkinan produk hilang dan pembeli yang berada di Dili melarikan diri dan tidak melakukan pembayaran.

Dalam upaya peningkatan *omzet* usaha seringkali penulis melakukan pemasaran produk secara individual. Seringkali penulis mendapat penolakan dari para calon konsumen yang didatangi. Pernah beberapa kali terpikir untuk

menyerah, namun penulis diingatkan kembali oleh semangat *entrepreneurship* yang mendorong penulis untuk tetap *persistent* dalam menghadapi permasalahan untuk perkembangan usaha Aneka Group. Hal ini terbukti dengan adanya konsumen yang sebelumnya tidak pernah melakukan pembelian setelah didatangi berkali-kali pada akhirnya menjadi pelanggan tetap dari Aneka Group, contohnya saja pada beberapa toko di jalan daerah Manukan, perlu dilakukan follow up penjualan sampai tiga kali barulah mereka mau melakukan pengambilan produk. Lain halnya dengan salah satu toko bangunan di jalan Raya Dukuh Kupang Barat setelah dikunjungi lima kali barulah pemilik toko berminat untuk melakukan pembelian barang, maupun tidak dalam jumlah besar toko tersebut sampai saat ini masih menjadi pelanggan Aneka Group. Berikut merupakan data pelanggan dan *repeat order* yang berbeda-beda dari para pelanggan dari Aneka Group sampai pada bulan September 2011:



Gambar 1.1  
*Customer Repeat Order*  
 Sumber : *Database Aneka Group 2011*

Untuk setiap masalah yang dihadapi perusahaan ini setiap waktunya, penulis wajib untuk berpikir keras terutama dalam hal pengadaan barang juga pendanaan sehingga rantai pasokan produk tidak terhambat baik karena produk yang tidak tersedia ataupun dana yang kurang. Selain berpikir keras, penulis juga harus bertindak cepat terutama dalam hal pemasaran agar para konsumen dan pelanggan Aneka Group tidak direbut oleh distributor lain, karena jika dalam hal pemasaran penulis lambat bergerak sudah pasti konsumen akan direbut oleh pihak pesaing. Oleh karena itulah penulis tidak boleh mudah putus asa, melainkan harus terus tetap berjuang mempertahankan usaha yang ada. Disamping itu pengambilan keputusan-keputusan berisiko juga harus diambil jika penulis ingin masa depan perusahaan menjadi lebih baik.

Hal ini memotivasi penulis guna mengeksplorasi pengalaman pengembangan usaha dari awal Aneka Group berdiri sampai dengan saat ini. Begitu juga dengan berbagai tindakan-tindakan pemecahan masalah, penerapan semangat *entrepreneurship*, serta berbagai hal menarik lain yang penulis alami sebagai bagian dari Aneka Group sendiri.

## **B. Isu Laporan**

Bagaimana peran “*Persistent*” dan “*Calculated Risk Taking*” dalam mendukung perkembangan usaha Aneka Group?

### C. Tujuan Laporan

Tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana peran “*Persistent*” dan “*Calculated Risk Taking*” yang diterapkan dapat mendukung perkembangan usaha Aneka Group.

### D. Manfaat Penelitian

- Manfaat praktis

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis ini diharapkan mampu menjadi pedoman dan bahan pertimbangan bagi perusahaan Aneka Group untuk mengembangkan usahanya. Sehingga nantinya Aneka Group akan menjadi perusahaan yang lebih baik dengan usaha yang tekun serta pengambilan keputusan yang lebih tepat.

- Manfaat akademis

- a. Bagi pembaca, penelitian ini akan membantu para pembaca untuk mengenal lebih dalam mengenai *persistent* dan *calculated risk taker* serta aplikasi nyata dalam kehidupan usaha sehari-hari yang diwakili oleh perusahaan Aneka Group.
- b. Bagi penulis, penelitian ini akan menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman mengenai *persistent* dan *calculated risk taker* serta cara penerapannya dalam kehidupan bisnis yang nyata. Selain itu juga membuktikan bahwa semangat *entrepreneurship* Universitas Ciputra terutama *persistent* dan *calculated risk taker* adalah benar dijalani dan

didapatkan dalam perjalanan dan pengembangan bisnis Aneka Group dengan berbagai contoh kasus nyata yang ada di dalamnya.

### **E. Lingkup Pelaporan**

Dalam penulisan penelitian ini, penulis menekankan pada aspek “*calculated risk taker*” dan “*persistent*” di dalam sebuah perusahaan. Penulis menggunakan kegiatan perusahaan Aneka Group sebagai sebuah acuan untuk melakukan penelitian dan analisa masalah dalam bidang *marketing, operational, human resource, dan financial*.

