I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia belakangan ini semakin lama semakin menonjol akan kompleksitas, persaingan, perubahan, dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antara perusahaan, baik karena pesaing yang semakin bertambah, volume produk yang semakin meningkat, maupun bertambah pesatnya perkembangan teknologi. Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan. Oleh sebab itu persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan (Porter, 1993., dalam Prawitasari 2010), dimana pesaing dengan menggunakan pendekatan pasar adalah perusahaan-perusahaan yang memuaskan kebutuhan pelanggan yang sama. Sehingga perusahaan harus lebih cermat membaca serta mengantisipasi keadaan pasar sehingga dapat menciptakan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang berkualitas yang dapat memuaskan konsumen sehingga dapat memenangkan persaingan.

Kelapa Sawit (*E. guineensis*) adalah tumbuhan industri penting penghasil minyak masak, minyak industri, maupun bahan bakar (biodiesel). Perkebunannya menghasilkan keuntungan besar sehingga banyak hutan dan perkebunan lama dikonversi menjadi perkebunan kelapa sawit. Indonesia adalah penghasil minyak

kelapa sawit terbesar di dunia. Di Indonesia penyebarannya di daerah Aceh, pantai timur Sumatra, Jawa, Kalimantan, dan Sulawesi.

Pulau Kalimantan memang dianugerahi berbagai macam sumber daya alamnya dan lahan perkebunan yang luas. Kelapa sawit salah satunya. Usaha perkebunan kelapa sawit merupakan potensi bisnis perkebunan kalimantan yang sangat menguntungkan. Kelapa sawit sangat bermanfaat mulai dari industri makanan sampai industri kimia.

Secara historis pertumbuhan produksi minyak sawit dunia selama dua dasawarsa terakhir ini mengalami kenaikan sekitar 7,3% pertahun. Perkembangan minyak sawit dunia ini sangat dipengaruhi oleh produksi minyak sawit dari negara Malaysia dan Indonesia yang memberikan kontribusi sebesar 80% dari produksi dunia.

Produksi minyak sawit (CPO) di dalam negeri diserap oleh industri pangan terutama industri minyak goreng dan industri non pangan seperti industri kosmetik dan farmasi. Namun, potensi pasar paling besar adalah industri minyak goreng. Potensi tersebut terlihat dari semakin bertambahnya jumlah penduduk yang berimplikasi pada pertambahan kebutuhan pangan terutama minyak goreng. Peningkatan yang signifikan terutama akan terjadi pada negara yang sedang berkembang seperti di Cina, Pakistan, dan juga Indonesia. Indonesia diperkirakan akan mengalami peningkatan konsumsi dengan laju sekitar 4%-6% per tahun.

Secara umum, ada dua sumber permintaan (peluang pasar) untuk CPO Indonesia yaitu konsumsi domestik dan ekspor. Setelah sebelumnya meningkat dengan laju sekitar 8% per tahun, peluang konsumsi CPO di dalam negeri

diperkirakan akan meningkat dengan laju antara 6% pada tahap awal dan menurun menjadi sekitar 4% pada akhir dekade mendatang. Untuk periode 2000-2005, konsumsi domestik diperkirakan meningkat dengan laju 5%-6% per tahun. Selanjutnya, untuk

periode 2005-2010, laju peningkatan konsumsi diperkirakan adalah 3%-5% per tahun. Dengan laju pertumbuhan tersebut, maka konsumsi domestik pada tahun 2005 dan 2010 masing-masing adalah 3.92 juta ton dan 4.58 juta ton.

Selain mengandalkan pasar domestik, pasar ekspor merupakan pasar utama CPO Indonesia. Ekspor CPO Indonesia pada dekade terakhir meningkat dengan laju antara 7-8% per tahun. Di samping dipengaruhi oleh harga di pasar internasional dan tingkat produksi, kinerja ekspor CPO Indonesia juga sangat dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah, khususnya tingkat pajak ekspor.

Seiring dengan tingginya tingkat konsumsi CPO, memberikan indikasi bahwa industri perkebunan kelapa sawit akan semakin berkembang. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya perkembangan perusahaan yang bergerak di industri perkebunan kelapa sawit. Berkembangnya perusahaan perkebunan, menyebabkan semakin ketatnya persaingan bisnis pada industri perkebunan kelapa sawit, yang pada akhirnya mengharuskan perusahaan untuk dapat menghasilkan strategi kebijakan yang tepat agar dapat memenangkan persaingan dalam industri perkebunan kelapa sawit. Pada umumnya tujuan utama perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya, meningkatkan volume penjualan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya. Untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat

oleh perusahaan maka diperlukan perencanaan strategi bisnis, dengan memperhatikan misi perusahaan.

Strategi untuk suatu perusahaan adalah rencana jangka panjang. Strategi ini adalah rencana yang disatukan, artinya mengikat semua bagian perusahaan menjadi satu menyeluruh, meliputi semua aspek penting perusahaan dan terpadu, artinya semua bagian rencana serasi satu sama lain dan bersesuaian.

Strategi menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungannya. Sehingga sebelum perusahaan dapat memulai perumusan strateginya, manajemen terlebih dahulu harus mengamati lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin terjadi dan mengamati lingkungan internal untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan yang juga akan menentukan apakah perusahaan mampu mengambil keuntungan dari peluang-peluang yang ada sambil menghindari ancaman-ancaman.

Setiap perusahaan berhadapan dengan sejumlah pesaing sekaligus pemerintah, pemasok/penyalur bahan, pemilik, serikat buruh, dan lain-lain. Perusahaan ini dapat berukuran besar dan menengah maupun perusahaan lebih kecil dan menggunakan strategi yang dianggapnya paling efektif untuk mencapai sasarannya. Untuk mampu menghasilkan kebijakan strategi yang baik dan tepat, perusahaan sangat penting untuk mampu mengenali faktor internal dalam hal ini adalah yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan (*Strengthss and Weakness*) dari perusahaan tersebut, dan juga faktor eksternal yang dalam hal ini

adalah peluang dan ancaman (*Opportunities and Threats*) yang memberikan pengaruh terhadap daya saing perusahaan perkebunan kelapa sawit.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari pendahuluan tersebut di atas, maka rumusan masalah yang ingin dikaji/diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh faktor-faktor internal terhadap PT. MAKIN GROUP Kebun Wana karya Mulya Kahuripan (WMK)?
2. Bagaimana pengaruh faktor-faktor eksternal terhadap Perusahaan?
3. Bagaimana rekomendasi alternatif strategi yang tepat bagi Perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis Faktor faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan menggunakan analisis Evaluasi Faktor Internal (EFI)
2. Menganalisis Faktor faktor eksternal yang menjadi Peluang dan Ancaman bagi Perusahaan dengan menggunakan analisis Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)
3. Menentukan Strategi Perusahaan dengan menggunakan Analisis SWOT