

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembang pesatnya teknologi informasi dan komunikasi menunjukkan perubahan yang sangat signifikan dalam bidang perekonomian. Internet memiliki beberapa daya tarik dan keunggulan bagi para konsumen maupun organisasi, misalnya dalam hal kenyamanan, akses 24 jam sehari, efisiensi, sumber informasi potensial, dan lain-lain. Perubahan ini dapat dilihat dari semakin mudahnya akses informasi mengenai suatu perusahaan serta proses transaksi jual beli yang tidak mengenal jarak dan waktu (*real-time*) yang dapat mendukung produktifitas perusahaan.

Di situasi yang seperti ini membuat persaingan lebih terbuka bagi setiap perusahaan yang bersaing oleh karena itu perusahaan dituntut untuk meningkatkan kreatifitas dan lebih berinovasi untuk mampu bertahan serta mendapatkan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif akan timbul dengan cara memiliki sesuatu yang tidak dimiliki oleh pesaing lain. Keunggulan kompetitif adalah strategi bersaing terhadap sesuatu yang dirancang untuk dieksploitasi oleh organisasi (Coulter, 2003). Perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan keunggulan kompetitif terhadap produknya untuk memenangkan persaingan.

Hal ini yang dirasakan oleh PT K-24 Indonesia sebagai salah satu perusahaan waralaba yang bergerak dibidang farmasi PT K-24 Indonesia

menyediakan berbagai jenis barang seperti obat, susu, vitamin, dan melayani pembelian obat berdasarkan resep dokter di setiap gerai apoteknya. PT K-24 Indonesia selalu berusaha meningkatkan kualitas serta kreatifitas agar mampu memberi kepuasan kepada konsumen serta mampu memenangkan persaingan. Apotek K-24 konsisten beroperasi selama 24 jam tanpa pengecualian hari libur. Apotek K-24 juga menyediakan konsultasi kesehatan secara gratis di setiap gerainya demi meningkatkan kepuasan konsumen. Seiring dengan bertumbuh pesatnya perusahaan maka perlu untuk dilakukannya perubahan demi meningkatkan kesejahteraan konsumen, investor ataupun karyawan, Butuh langkah-langkah strategis yang harus dilakukan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan maju lainnya. Perencanaan strategis merupakan alat manajemen yang digunakan untuk mengelola kondisi saat ini untuk melakukan proyeksi kondisi pada masa depan, sehingga rencana strategis adalah sebuah petunjuk yang dapat digunakan organisasi dari kondisi saat ini untuk mereka bekerja menuju 5-10 tahun kedepan (Kerzner, 2001).

Keefektifan rencana strategik perusahaan dapat dilihat dengan Audit Strategi. Audit strategi menyediakan daftar pertanyaan berdasarkan wilayah atau masalah, memungkinkan analisis sistematis harus dibuat dari berbagai fungsi dan kegiatan perusahaan (Wheelen & Hunger, 2012). Audit strategi akan digunakan untuk melihat apakah perusahaan sudah cukup baik dalam melihat masalah yang dihadapi perusahaan baik internal maupun eksternal. Audit strategi tidak hanya melihat masalah yang dihadapi karyawan namun dari sisi *top management*. Audit strategi ini juga akan melihat sisi manajemen perusahaan dalam mengelola unit

bisnis perusahaan, mengelola sumber daya manusia, sumber daya alam, dan potensi daerah.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan permasalahan yang sudah dideskripsikan pada latar belakang sebelumnya, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana strategi PT K-24 Indonesia menurut proses *Strategic Audit* Wheelen & Hunger ?

Rumusan masalah di atas dirancang untuk mengukur tingkat keefektifitasan strategi yang dijalankan PT K-24 Indonesia menggunakan *Strategic Audit* Wheelen & Hunger.

1.3 Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, maka penulis memberi batasan-batasan agar penelitian tidak terlalu luas dan mendapatkan hasil yang baik. Adapun batasan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di PT K-24 Indonesia dengan fokus pada unit bisnis Apotek K-24.
2. Wawancara dilakukan pada pihak *top management* dan karyawan perusahaan PT K-24 Indonesia.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, maka maksud dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui kondisi perusahaan saat ini serta untuk memberi rekomendasi perusahaan tentang strategi yang dapat dilakukan ditahun yang akan datang.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teori maupun praktisi. Secara terperinci, manfaat penelitian yang diharapkan yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan mampu memberikan informasi dan menjadi bahan pertimbangan bagi penulis selanjutnya.

2. Manfaat Praktisi

- a. Perusahaan, sebagai bahan evaluasi dan rekomendasi bagi perusahaan untuk menentukan strategi dalam menghadapi persaingan serta menentukan strategi yang tepat.
- b. Penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana dalam menerapkan teori dan praktek manajemen strategik dan sebagai syarat kelulusan S1 Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

1.6 Sistematika Penulisan Penelitian

Sistematika dari pembahasan skripsi ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai keseluruhan bab yang akan dibahas. Pembahasan akan dibagi 5 bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam Bab I ini mencakup bagian diantaranya latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam Bab II ini mencakup beberapa teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian dan dasar teoritis yang digunakan berhubungan dengan masalah yang terdapat dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam Bab III menguraikan tentang jenis penelitian, teknik pengumpulan data, serta jenis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab IV ini berisi tentang uraian profil perusahaan secara umum, analisis data, dan pembahasan analisis data.

BAB V : PENUTUP

Dalam Bab V ini merupakan kesimpulan yang ditarik dari analisa dan pembahasan dari BAB IV, implikasi manajerial,

keterbatasan penelitian serta saran-saran yang sesuai dengan kesimpulan-kesimpulan tersebut.