

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Pada umumnya dalam perkembangan dunia bisnis saat ini semakin ketat dengan adanya persaingan. Persaingan tersebut terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Persaingan langsung merupakan pesaing yang memproduksi atau menjual produk yang sama kepada konsumen seperti perusahaan yang penulis teliti, sedangkan persaingan tidak langsung adalah persaingan yang memproduksi produk obat herbal yang sama, namun yang membedakan adalah harga, kualitas produk, dan khasiatnya. Pesaing terberat dalam suatu perusahaan adalah pesaing yang dapat memunculkan produk maupun jasa mereka dipasaran dan dapat merebut pasar dengan mudah. Agar dapat bersaing dengan perusahaan lain, perusahaan harus mampu mengelola manajemen dengan baik dan perusahaan harus melakukan inovasi dalam strategi bersaing. Selain itu, perusahaan harus tepat dalam merumuskan dan menetapkan strategi pemasaran yang merupakan taktik suatu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan. Dimana strategi tersebut akan dikelola secara efektif seperti memilih lokasi pemasaran yang strategis, mulai memasarkan produk dengan memanfaatkan media sosial, memberikan promo atau diskon agar menarik minat konsumen, dan memberikan

pelayanan yang terbaik. Sehingga dengan menyusun strategi pemasaran yang tepat, maka akan menjadi faktor yang menentukan keberhasilan bagi suatu perusahaan.

Suatu perusahaan bisa mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman dan memanfaatkan peluang. Tujuan utamanya yaitu agar perusahaan bisa melihat kondisi eksternal seperti pesaing, konsumen maupun pemasok. Sedangkan internal perusahaan dalam hal ini adalah tenaga kerja. Sebab ketika sewaktu-waktu perusahaan menghadapi banyak perubahan seperti kebijakan politik, inflasi, maupun penurunan tingkat pertumbuhan ekonomi bisa jadi perubahan selera konsumen terjadi dengan cepat. Dimana dalam hal ini strategi juga tidak asing lagi bagi pelaku bisnis, karena strategi mencakup segala hal untuk mencapai kesesuaian perusahaan dan lingkungannya.

Pada dasarnya strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk memenangkan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang memproduksi barang maupun jasa. Strategi Pemasaran itu sendiri dapat dipandang sebagai dasar yang digunakan dalam penyusunan perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Dipandang karena luasnya permasalahan perusahaan, maka dibutuhkan perencanaan yang menyeluruh guna dijadikan sebagai pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatannya. Strategi Pemasaran juga bisa disebut sebagai strategi komunikasi pemasaran dimana menjadi peranan penting untuk keberlangsungan perusahaan.

Alasan mengapa pentingnya penerapan strategi pemasaran yaitu menghadapi atau sama sekali keluar dari arena persaingan. Perusahaan harus benar-benar meningkatkan nilai pelanggan dan efektifitas serta melakukan inovasi secara terus menerus. Selain itu perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor minat beli pada konsumen seperti halnya: produk yang mencakup kemasan dan kualitas produk, harga seperti diskon dan kondisi keuangan konsumen, promosi yang menghibur dan efektif, Serta distribusi seperti mencari tempat penjualan yang strategis maupun ketersediaan barang.

Persaingan dapat didefinisikan sebagai persaingan sehat sesama penjual produk di pasaran untuk mencapai laba atau keuntungan yang maksimal. Persaingan juga penting bagi keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan, karena mengenali keunggulan pesaing yang mungkin dimiliki. Selain itu perusahaan juga dapat mengembangkan strategi bersaing yang tujuannya untuk melihat kondisi-kondisi internal perusahaan seperti perlengkapan atau peralatan produksi maupun tenaga kerja. Sedangkan eksternal perusahaan seperti pemasok, pesaing, dan konsumen. Berdasarkan penjelasan kondisi internal dan eksternal bahwa dapat mencegah atau mengantisipasi perubahan yang akan terjadi pada lingkungan tersebut dan sebagai nilai lebih untuk daya saing suatu perusahaan. Adapun faktor-faktor kunci kesuksesan bagi perusahaan misalkan harga produk dan kualitas produk. Perlunya menganalisis faktor lingkungan yang sangat penting bagi manajer puncak yaitu: 1) Bahwa

lingkungan sangatlah kompleks dalam mempengaruhi segala suatu hal.

2) Bahwa perusahaan harus selalu berinteraksi dengan lingkungannya, karena bagaimana pun perusahaan yang maju atau berkembang tidak dapat berdiri sendiri.

Analisis SWOT merupakan sebuah cara yang digunakan oleh perusahaan yang bertujuan untuk mengamati lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Sehingga dalam menyusun strategi-strategi perusahaan jangka panjang, hasilnya akan lebih terarah dan dapat dicapai dengan jelas. Analisis SWOT juga bertujuan untuk menggambarkan peluang dan ancaman eksternal, serta mampu menyesuaikan kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri. Selain Analisis SWOT, analisis lingkungan juga perlu diperhatikan untuk memastikan manajemen perusahaan dalam jangka panjang.

CV. Bunga Matahari merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi obat herbal yang beralamatkan di Dsn. Gangsri RT 02/01 Ds. Tingal, Kec. Kanigoro. Perusahaan tersebut sudah 10 tahun berdiri dan memproduksi obat herbal dengan bahan baku biji bunga matahari, produk yang telah dihasilkan adalah minyak bunga matahari dan kapsul ekstrak biji bunga matahari. Walaupun sudah berdiri lama namun masih banyak konsumen yang belum mengenal produk-produk dari perusahaan tersebut. Dalam keinginan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan, perusahaan perlu menetapkan strategi pemasaran yang tepat agar bisa bersaing dengan produk lain.

Tingkat persaingan yang tinggi di bidang produksi obat herbal sangat berpengaruh bagi konsumen untuk memilih produk yang tepat dan sesuai. Perusahaan dituntut untuk menentukan strategi pemasaran yang pas untuk meningkatkan laba perusahaan dan menarik minat konsumen. Dalam memenangkan persaingan ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan, seperti halnya memberikan pelayanan yang baik, memberikan harga yang lebih murah dibandingkan harga pesaing, menentukan tempat atau lokasi yang strategis dalam memasarkan produknya, serta menentukan saluran distribusi yang tepat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Obat Herbal Pada CV. Bunga Matahari Blitar”.

## **B. Permasalahan**

Beberapa tahun terakhir ini persaingan produksi obat herbal terutama di Blitar semakin banyak, penawaran berbagai macam produk dan persaingan harga pun juga terjadi. Sama seperti CV. Bunga Matahari yang mengalami penurunan volume penjualan. Penurunan tersebut terjadi selama 3 tahun berturut-turut dari tahun 2015, 2016, dan 2017 yang disebabkan karena munculnya pesaing yang menjual produk dengan fungsi atau manfaat yang sama. Banyaknya pesaing yang menawarkan produk yang sama ke pasaran menyebabkan konsumen memilih produk yang memberikan manfaat yang jauh lebih cepat khasiatnya.

Tabel 1.1  
Data penurunan volume penjualan dari tahun 2015 sampai 2017

TAHUN	PENURUNAN VOLUME PENJUALAN
2015	Minyak 110 ml : 1.425 pcs Kapsul 45gr : 69.487.296 pcs
2016	Minyak 110 ml : 1.275 pcs Kapsul 45gr : 52.843.957 pcs
2017	Minyak 110ml : 1.037 pcs Kapsul 45gr : 47.553.169 pcs

Sumber: CV. Bunga Matahari, 2017

Pada tahun 2015 perusahaan dapat menjual minyak bunga matahari sebanyak 1.425 pcs, kemudian pada tahun 2016 volume penjualan menurun menjadi sebanyak 1.275 pcs, dan pada tahun 2017 volume penjualan menurun sebanyak 1.037 pcs. Sedangkan untuk kapsul minyak bunga matahari pada tahun 2015 menjual sebanyak 69.487.296 pcs, kemudian pada tahun 2016 volume penjualan menurun sebanyak 52.843.957 pcs. Dan juga pada tahun 2017 volume penjualan sebanyak 47.553.169 pcs

Dilihat dari segi harga di CV. Bunga Matahari lebih mahal di bandingkan dengan kompetitor yang menjual produk sejenis di karenakan bahan baku di import langsung dari negara India. Berikut ini adalah daftar perbandingan harga CV. Bunga Matahari dengan kompetitor.

### DAFTAR HARGA BARANG

NO	NAMA BARANG	CV. Bunga Matahari	PT Unimax Power
1.	Obat herbal untuk segala macam penyakit (Diabetes, Darah Tinggi, Kolesterol,dll)	Rp 150.000,- Rp 70.000,-	
2.	Obat herbal untuk segala macam penyakit (Diabetes, Darah Tinggi, Kolesterol,dll)		Rp 125.000,- Rp 53.000,-

#### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah di kemukakan pada latar belakang, maka rumusan dari pada masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana menganalisis strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan?”

#### D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan.

#### E. Kegunaan Penelitian

##### 1. Manfaat Teori

- a. Bagi Penulis :Untuk memperluas pengetahuan tentang analisis strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan.
- b. Bagi Peneliti Berikutnya :Untuk dijadikan referensi dalam melakukan penelitian dengan topik yang sama.

2. Bagi CV. Bunga Matahari : Untuk acuan dan pertimbangan perusahaan dalam mengambil keputusan kedepan.