

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis saat ini, terlebih lagi pada globalisasi dan kemajuan teknologi yang sangat pesat, perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa khususnya pada bidang industri makanan juga mengalami persaingan yang begitu pesat. Hal ini tersebut dipengaruhi karena semakin banyaknya kompetitor, dunia bisnis yang dijalankan serupa dan perkembangan teknologi yang semakin canggih, sehingga kompetitor mudah untuk meniru bisnis pesaing lainnya. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antara perusahaan, sehingga memaksa perusahaan untuk lebih memerhatikan lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dapat memengaruhi perkembangan perusahaan.

Pada dasarnya CV Surya Modern Bakery memiliki visi dan misi. Visinya yaitu ingin menjadi perusahaan yang menciptakan produk yang berkualitas serta didukung dengan sumberdaya yang ada. Misinya yaitu meningkatkan mutu pelayanan produk, membangun mitra kerja yang lebih baik dan memproduksi barang atau jasa yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen guna mencapai target penjualan serta memperoleh laba yang diinginkan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka diperlukan penerapan strategi pemasaran yang tepat, mengingat bahwa pemasaran merupakan salah satu aktivitas yang penting pada setiap perusahaan dan

sering disebut sebagai ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan, karena pada dasarnya semua fungsi dalam perusahaan merupakan sistem yang saling berhubungan, saling memengaruhi dan tidak dapat dipisahkan.

Setiap perusahaan pasti memiliki pesaing dengan jenis yang sama dalam suatu daerah atau suatu pasar. Persaingan dari beberapa hal bertujuan untuk meraih hati atau minat konsumen agar mau membeli atau menggunakan jasa suatu perusahaan. Pesaing menjadi hal yang paling diamati perusahaan karena dapat menjadi penghalang suatu perusahaan untuk berkembang dan juga mendapatkan konsumen yang lebih banyak dan juga pendapatan yang lebih banyak juga dari konsumen. Persaingan berupa harga, pelayanan dan fasilitas menjadi hal yang sangat berpengaruh dari masing-masing perusahaan karena berpengaruh pada keputusan pembelian. Sedangkan saat ini persaingan dari segi harga menjadi persaingan yang sangat berpengaruh dalam meraih hati atau mendapatkan konsumen baru atau mempertahankan loyalitas konsumen. Dengan produk yang sama konsumen akan memilih harga yang lebih murah, terkadang konsumen juga tidak memperhatikan kualitas dan kuantitas yang ada.

Saat ini harga di CV Surya Modern bakery jika dibandingkan dengan perusahaan atau toko roti lain memang cukup mahal, karena CV Surya Modern Bakery menawarkan kualitas dan kuantitas yang lebih, sedangkan konsumen banyak yang melihat dari segi harganya saja. Perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan dan tetap mempertahankan konsumen

untuk berbelanja tau membeli produk di CV Surya Modern Bakery. Sehingga perusahaan harus berusaha mengetahui siapa yang menjadi pesaing dan apa yang akan dilakukan pesaing dengan mengetahui siapa dan tindakan yang dilakukan oleh pesaing, maka dari itu perusahaan dapat mengantisipasi dengan membuat pertahanan yang kuat atas serangan yang mungkin dilakukan oleh pesaing dan seorang manajer dituntut mengambil kebijakan yang tepat menganalisis persaingan yang kompetitif.

Dalam upaya mengatasi persaingan yang semakin ketat tersebut, maka perusahaan harus dapat mengembangkan strategi pemasaran, guna mengatasi ancaman eksternal guna merebut peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi pemasaran itu yang kemudian disebut perencanaan strategi pemasaran.

Tujuan dari perencanaan strategi adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif tentang kondisi internal dan eksternal perusahaan. Hal ini sangat dibutuhkan, mengingat bahwa setiap saat perusahaan dapat menghadapi kendala akibat perubahan keadaan seperti persaingan yang semakin ketat, meningkatnya inflasi, penurunan tingkat pertumbuhan ekonomi, serta kebijakan politik yang mengakibatkan perubahan selera konsumen secara cepat.

CV Surya Modern Bakery adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang usaha perdagangan dalam memproduksi dan menjual makanan yaitu roti. Produk yang dimiliki oleh perusahaan kadang pula dimiliki oleh perusahaan lain, hal ini membuat persaingan untuk

memperoleh pelanggan, mutu dan kualitas produk yang dapat memuaskan konsumen semakin kompetitif dalam merebut pangsa pasar. Manajemen perusahaan harus berusaha bagaimana caranya memperoleh pelanggan, mutu, dan kualitas produk yang dapat memuaskan konsumen, yang tidak kalah penting adalah kepercayaan konsumen terhadap produk yang dimiliki.

Setiap perusahaan akan selalu bersaing dalam merebut pangsa pasar, untuk itu CV Surya Modern Bakery perlu memengaruhi konsumen agar mau membeli atau mengkonsumsi produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Salah satu upaya yang perlu dilakukan oleh CV Surya Modern Bakery agar tidak kalah menghadapi persaingan dengan cara menerapkan strategi pemasaran yang tepat, strategi pemasaran ini bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan. Penentuan strategi sangat erat hubungannya dengan tujuan yang telah ditentukan oleh perusahaan serta sangat menentukan dalam pemilihan taktik yang digunakan untuk melaksanakan strategi pemasaran tersebut agar tujuan perusahaan tercapai.

Tujuan dari CV Surya Modern Bakery adalah untuk memperoleh laba yang maksimum sehingga perusahaan dapat terus berkembang. Penerapan strategi pemasaran dalam perusahaan sangat berpengaruh dalam kinerja perusahaan yang bersangkutan, sebab dalam penerapannya posisi perusahaan dipasar potensial sangat dipengaruhi oleh berhasil atau tidaknya strategi pemasaran yang digunakan. Hal ini juga merupakan sumber dana bagi kelangsungan hidup perusahaan untuk terus berkembang

baik dalam jangka waktu pendek maupun panjang. Strategi pemasaran memiliki peran penting dalam upaya untuk meningkatkan volume penjualan. Peningkatan penjualan merupakan tujuan utama yang dilakukan CV Surya Modern Bakery, dimana CV Surya Modern Bakery yang bergelut dalam dibidang produksi maupun pemasaran saling bersaing untuk meningkatkan volume penjualan. Volume penjualan yang maksimal memberikan dampak baik terhadap masa depan CV Surya Modern Bakery, begitupun sebaliknya jika volume penjualan tidak maksimal maka akan memengaruhi produktivitas CV Surya Modern Bakery dalam memproduksi roti.

Volume penjualan merupakan ukuran efisiensi dalam kegiatan pemasaran, meskipun kenaikan volume penjualan belum tentu diikuti kenaikan laba. Keberhasilan perusahaan mendapatkan konsumen ditentukan oleh hubungan baik yang dijalin dengan konsumen. Hubungan yang baik akan tercipta apabila perusahaan memberikan kepuasan kepada setiap konsumen terhadap kebutuhan dan keinginannya. Selain itu, informasi tentang produk yang dipasarkan perlu dilakukan penyampaian informasi yang dilakukan melalui media cetak maupun elektronik. Informasi-informasi yang dilakukan tersebut harus efektif untuk memengaruhi keputusan pembelian terhadap suatu produk.

Supaya perusahaan dapat mengetahui seperti apa strategi pemasaran dan harus bagaimana diterapkan didalam perusahaan. Maka CV Surya Modern Bakery perlu mengetahui masalah internal dan eksternal

perusahaan. Salah satu cara untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal didalam perusahaan adalah dengan menggunakan ANALISIS SWOT. Analisis SWOT terdiri dari empat elemen yang terdiri dari kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*). Lingkungan internal perusahaan mencakup sumberdaya fisik, kuantitas dan kualitas pemasaran, organisasi, keuangan, kinerja SDM, dan manajemen didalam perusahaan. Lingkungan eksternal perusahaan mencakup politik, ekologi dan teknologi, faktor ekonomi dan sosial budaya. Disamping itu, lingkungan eksternal perusahaan sangat bergantung pada sistem manajemen strategi yang diterapkan oleh perusahaan dan pangsa pasar yang bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan.

Analisis SWOT digunakan untuk menghubungkan faktor internal dan faktor eksternal untuk merangsang strategi baru yang bisa dijalankan perusahaan agar tidak kalah dengan kompetitor-kompetitor lainnya. Didalam Analisis SWOT, analisis ini didasarkan dimana dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) serta meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancama (*Threats*).

Dengan situasi yang ada diatas, maka perusahaan harus mempunyai strategi tersendiri agar dapat memenangkan persaingan untuk merebut pangsa pasar. CV Surya Modern Bakery pun harus melihat faktor internal dan faktor eksternal perusahaan untuk melihat kelebihan dan

kekurangan yang dimilikinya. Perusahaan harus lebih jeli dalam menerapkan strategi pemasaran, jika strategi pemasaran yang digunakan tepat sasaran maka berdampak pada kenaikan volume penjualan, begitupun sebaliknya apabila strategi pemasaran tidak tepat sasaran maka berdampak pada penjualan yang akan mengalami penurunan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Peningkatan Volume Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Yang Tepat Dengan Menggunakan Analisis SWOT”.

B. Permasalahan

Penurunan tingkat penjualan tahun 2014 sampai tahun 2017 pada CV Surya Modern Bakery : Tahun 2014 CV Surya Modern Bakery menjual roti sebanyak 60.000 pcs mendapatkan Rp 60.000.000,000. Tahun 2015 menjual roti sebanyak 52.400 pcs mendapatkan Rp 52.400.000,000. Pada tahun 2016 menjual roti sebanyak 50.000 pcs mendapatkan Rp 50.000.000,000. Dan pada tahun 2017 menjual roti sebanyak 45.800 pcs mendapatkan Rp 45.800.000,000. Pada data penjualan yang ada di atas menunjukkan bahwa tahun 2015 mengalami penurunan sebesar Rp 7.600.000,0000 pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar Rp 2.400.000,000 sedangkan untuk tahun 2017 mengalami penurunan sebesar Rp 4.200.000,000. Permasalahan yang dihadapi oleh CV Surya Modern Bakery adalah adanya perusahaan pesaing yang menjual produk yang

sama dengan harga yang lebih murah. Strategi ini kurang tepat, mengingat dengan menjual produk yang sama, maka perusahaan tidak mempunyai daya saing, meskipun harga diturunkan akan tetapi pelayanan kurang memuaskan, konsumen tetap akan membeli produk dari perusahaan lain. Produk yang sama dan tidak ada perbedaan produk yang unggul dari produk pesaing, apalagi ditambah dengan pelayanan yang buruk adalah merupakan strategi yang kurang sesuai apabila diterapkan pada kondisi perusahaan dengan omset penjualan yang turun secara terus menerus. Akibatnya penurunan penjualan roti membuat jumlah laba yang diperoleh menurun. CV Surya Modern Bakery harus segera mengganti strateginya strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat konsumen agar mampu meningkatkan penjualannya.

C. Rumusan Masalah

Di lihat dari permasalahan yang dihadapi oleh CV Surya Modern Bakery Modern tersebut maka penulis menyimpulkan rumusan masalah, yaitu bagaimana meningkatkan volume penjualan melalui strategi pemasaran yang tepat dengan menggunakan analisis SWOT?

D. Tujuan Penelitian

Jika dilihat dari rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peningkatan volume penjualan melalui strategi pemasaran yang tepat dengan menggunakan analisis S

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini maka saya sebagai penulis dapat menambah wawasan pengetahuan serta mengerti tentang masalah strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan bagi perusahaan menggunakan analisis SWOT.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini adalah dapat memberikan saran yang positif dan bahan pertimbangan bagi perusahaan yang nantinya bertujuan untuk melakukan perbaikan di bidang strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

3. Bagi Pihak Lain

Yang dapat diperoleh dari pihak lain dari penelitian ini yaitu dapat dipergunakan sebagai referensi atau acuan bagi penulis lain yang ingin melanjutkan skripsi atau karya ilmiah dengan topik yang sama yaitu di bidang strategi pemasaran guna meningkatkan volume penjualan.

4. Bagi STIE Kesuma Negara Blitar

Di harapkan bisa membantu mahasiswa STIE Kesuma Negara Blitar dalam menyelesaikan tugas akhir yang meliputi strategi pemasaran yang berpengaruh pada volume penjualan menggunakan analisis SWOT.