

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin lama semakin menonjol akan kompleksitas, perubahan, dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang tajam antara perusahaan, sehingga memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan. Selain itu dengan adanya persaingan yang semakin meningkat membuat perusahaan harus berfikir lebih kreatif untuk memenangkan pangsa pasar.

Supaya penjualan perusahaan tidak mengalami penurunan, maka strategi pemasaran yang di terapkan harus sesuai dengan sistem manajemen perusahaan. Peran dari pemasaran itu sendiri tidak pernah lepas dari persaingan dan perubahan gaya berbisnis. Strategi pemasaran pada era modern saat ini berubah menjadi hal yang sangat mempengaruhi terhadap peningkatan kapasitas perusahaan pada umumnya dan penjualan pada khususnya. Penerapan strategi pemasaran yang baik sangatlah penting untuk keberlangsungan suatu perusahaan, Dimana pada saat ini banyak sekali perusahaan-perusahaan yang memakai berbagai siasat guna merebut minat konsumen seperti dengan cara mereka membandrol harga yang lebih murah, penjualan secara kredit , penjualan secara grosir, atau mengembangkan media

pemasaran dengan cara menyebar brosur ke toko atau memasuki secara langsung ke dalam pasar dan menawarkan produk mereka, dengan adanya fenomena seperti ini manajemen dalam perusahaan harus lebih bijak dan sensitif dalam bertindak agar perusahaan tidak mengalami penurunan penjualan.

UD. Sumber Agung Blitar adalah salah satu perusahaan yang beroperasi di Kota Blitar yang memproduksi dan menjual makanan yaitu tahu. UD. Sumber Agung memiliki 2 segmen kegiatan operasional perusahaan yaitu memproduksi tahu dan melayani jasa pembuatan tahu dengan pelanggan membawa sendiri bahan bakunya (kedelai). Tahu merupakan salah satu makanan pokok yang banyak dibutuhkan di berbagai kalangan masyarakat mulai dari anak kecil sampai dewasa, maka tidak heran jika permintaan konsumen untuk mengkonsumsi tahu dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Dengan semakin meningkatnya permintaan pasar maka strategi pemasaran yang di terapkan harus sesuai dengan yang ada pada sistem manajemen perusahaan agar nantinya dapat bersaing dengan perusahaan lain yang juga memproduksi tahu.

Di kota Blitar tentunya ada beberapa perusahaan yang juga memproduksi dan menjual tahu, dengan adanya perusahaan yang membuat produk yang sama maka UD. Sumber Agung harus dapat bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan yang memproduksi produk yang sama atau serupa seperti ini merupakan sebuah ancaman serius bagi keberlangsungan UD. Sumber Agung, dimana jika perusahaan pesaing mengetahui akan

kelemahan UD. Sumber Agung maka hal ini akan di pergunakan oleh perusahaan pesaing sebagai kekuatan amunisi baru untuk memanfaatkan kelemahan yang ada pada UD. Sumber Agung . Dengan adanya perusahaan yang membuat produk sejenis maka pihak manajemen harus jeli untuk memilih sistem pemasaran yang baik guna mencapai tujuan yang di tetapkan, hal ini di lakukan agar konsumen atau pembeli tidak beralih untuk membeli produk dari perusahaan lain.

Setiap perusahaan akan selalu bersaing dalam merebut pangsa pasar, untuk itu UD. Sumber Agung perlu mempengaruhi konsumen agar mau membeli dan mengkonsumsi produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Salah satu upaya yang perlu di lakukan oleh UD. Sumber Agung agar tidak kalah dalam menghadapi persaingan dengan cara menerapkan strategi pemasaran yang tepat, strategi pemasaran yang tepat ini bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan.

Kunci sukses perusahaan adalah kemampuan berinteraksi secara dinamis terhadap lingkungan yang semakin kompleks dan berubah ubah. Dengan adanya perusahaan pesaing yang membuat produk sejenis, maka UD. Sumber Agung perlu meningkatkan pemasaran yang lebih baik. Sistem pemasaran yang tertata dengan baik akan memberikan dampak pada meningkatnya volume penjualan, selain itu pemasaran perlu di tingkatkan supaya produk lebih di kenal oleh masyarakat luas. Pemasaran adalah sabagai proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan

distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan.

Faktor strategi pemasaran melibatkan upaya untuk membedakan produk atau layanan perusahaan lain. Perusahaan dapat menggunakan iklan yang kreatif, produk yang khas, pelayanan yang bermutu, atau teknologi baru untuk menghasilkan produk yang unik. Strategi dapat mengurangi persaingan jika pelanggan setia kepada merek perusahaan dan dapat mengurangi daya tawar pembeli karena produk dari perusahaan lain di anggap kurang menarik.

Strategi pemasaran harus memiliki satu tujuan agar perusahaan berkonsentrasi untuk pasar wilayah atau kelompok pembeli tertentu. Dengan cara ini di harapkan strategi pemasaran akan berjalan lebih baik dan tepat sesuai dengan konsep manajemen yang ada pada perusahaan dan di harapkan akan merebut pangsa pasar.

Strategi pemasaran yang baik memiliki peran penting dalam upaya untuk meningkatkan volume penjualan, peningkatan penjualan merupakan tujuan utama yang di lakukan oleh UD. Sumber Agung, dimana UD. Sumber Agung yang bergelut di bidang produksi maupun pemasaran saling bersaing untuk meningkatkan volume penjualan. Volume penjualan yang maksimal memberikan dampak yang baik terhadap masa depan UD. Sumber Agung untuk terus memproduksi tahu yang berkualitas, begitupun sebaliknya jika volume penjualan kurang maksimal maka akan mempengaruhi produktifitas UD. Sumber Agung dalam memproduksi tahu.

Kondisi dan kemampuan untuk mencapai sasaran penjualan, maka di harapkan perusahaan memahami masalah yang berkaitan dengan penjualan yaitu dengan mengetahui jenis produk, karakteristik produk, dan harga, dimana jika produk yang di pasarkan mempunyai nilai yang tinggi akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan konsumen inilah yang mempunyai peranan paling penting di dalam volume penjualan. Mengingat pentingnya volume penjualan bagi keberlangsungan perusahaan, maka UD. Sumber Agung harus mengetahui faktor internal dan eksternal perusahaan.

Dalam rangka untuk menghasilkan keuntungan, penting bagi perusahaan untuk menyempurnakan proses yang merespon peningkatan ukuran jumlah perusahaan pesaing. Persaingan antara perusahaan yang membuat produk sejenis ini menjadi permasalahan yang tidak bisa di kesampingkan, dimana jika dalam melakukan pemasaran kurang menarik terhadap konsumen maka tidak menutup kemungkinan UD. Sumber Agung akan kalah dalam bersaing selanjutnya tersingkir dari pasar, untuk mengantisipasi masalah tersebut maka perlu strategi pemasaran yang mampu untuk bertahan di dalam persaingan.

Produk yang telah di hasilkan oleh perusahaan tentu tidaklah bisa berjalan sendiri untuk menemukan konsumen (pembeli), maka perlu di lakukan cara pemasaran khusus untuk bisa menarik kosumen. Hal ini sangatlah penting untuk di lakukan karena jika konsumen tidak mengetahui mengenai produk tersebut maka kemungkinan konsumen juga tidak akan

membelinya. Dengan adanya hal seperti ini maka konsumen perlu di berikan informasi yang jelas mengenai produk.

Supaya perusahaan dapat mengetahui seperti apa strategi pemasaran dan harus bagaimana untuk di terapkan di dalam perusahaan. Maka UD. Sumber Agung perlu mengetahui masalah faktor internal dan eksternal. Hal ini di lakukan perusahaan untuk lebih mengenal seberapa baik perusahaan tersebut dan untuk meminimalisir adanya kelemahan yang ada kemudian memanfaatkan kekuatan yang ada di perusahaan. Salah satu cara untuk mengetahui faktor internal dan eksternal perusahaan adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT ini terdiri dari empat elemen yang terdiri dari kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakneses*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*). lingkungan internal perusahaan mencakup kinerja SDM, sumber daya fisik, kuantitas dan kualitas pemasaran, operasi, organisasi, keuangan, dan manajemen di dalam perusahaan.

Lingkungan eksternal perusahaan mencakup faktor ekonomi, sosial-budaya, politik, ekologi dan teknologi.. Faktor ekonomi lebih ke arah perekonomian dimana suatu perusahaan beroperasi, sosial budaya lebih ke gaya hidup konsumen, politik mengarah pada menentukan parameter-parameter hukum dan aturan dimana perusahaan harus beroperasi, ekologi mengacu pada hubungan antar manusia dan makhluk hidup lainnya, dan teknologi mencakup bertambah modern nya alat untuk memasarkan produk. Di samping itu, lingkungan eksternal perusahaan sangat bergantung

pada sistem manajemen strategi yang di terapkan oleh perusahaan dan pangsa pasar bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan.

Analisis SWOT di gunakan untuk mengetahui segi positif dan negatif di dalam UD. Sumber Agung dan untuk memperoleh serta mengetahui strategi apa yang bisa di jalankan oleh perusahaan agar tidak kalah dengan kompetitor-kompetitor lainnya. Di dalam analisis SWOT, analisis ini di dasarkan pada logika dimana dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan juga dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Dengan melihat situasi dan kondisi yang ada di atas, maka perusahaan harus mempunya strategi tersendiri agar memenangkan persaingan untuk merebut pangsa pasar, di tambah lagi UD. Sumber Agung harus melihat faktor internal dan eksternal perusahaan untuk melihat kelebihan dan kekurangan yang di miliki. Perusahaan di tuntut untuk lebih jeli dalam menerapkan strategi pemasaran, jika strategi pemasaran yang di gunakan tepat sasaran maka berdampak pada kenaikan volume penjualan, begitu pun sebaliknya jika strategi yang di gunakan tidak tepat sasaran maka penjualan akan mengalami penurunan yang berdampak pada keberlangsungan UD. Sumber Agung.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul” **Peningkatan Volume Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT Pada UD. Sumber Agung Blitar**”

B. Permasalahan

Penerapan sistem manajemen yang baik sangat berpengaruh pada kenaikan jumlah penjualan. dimana sistem manajemen tersebut mengatur tentang strategi strategi yang harus di lakukan, pengembangan sumber daya manusia, manajemen keuangan yang tertata dengan baik dan meningkatkan kualitas produk supaya terbentuk kepuasan konsumen. salah satu masalah yang sering di hadapi perusahaan adalah dengan adanya perusahaan pesaing. dengan adanya perusahaan pesaing maka strategi pemasaran yang baik sangat berpengaruh terhadap meningkatnya volume penjualan, dimana meningkatnya volume penjualan adalah bagian terpenting bagi perusahaan agar tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain karena dengan meningkatnya volume penjualan maka akan mempengaruhi terhadap hasil produksi dan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

UD. Sumber Agung mempunyai permasalahan terhadap menurunnya volume penjualan produksi tahu. Dengan adanya perusahaan pesaing, pihak manajemen kurang tanggap dalam menyikapi ancaman di bagian pemasaran yang mengakibatkan penjualan mengalami penurunan.

Berikut adalah data menurunnya tingkat penjualan per tahun dari tahun 2013 sampai tahun 2016 pada UD. Sumber Agung:

Tahun 2013 UD. Sumber Agung menjual tahu sebanyak 38.921 tong mendapatkan Rp. 5.448.940.000. tahun 2014 menjual tahu sebanyak 36.720 tong mendapatkan 5.140.800.000 . pada tahun 2015 menjual tahu sebanyak 28.464 tong mendapatkan Rp. 3.984.960.000. pada tahun 2016 menjual tahu sebanyak 26.064 tong mendapatkan Rp. 3.648.960.000.

Pada data penjualan yang ada di atas menunjukkan tahun 2014 mengalami penurunan sebesar Rp 308.140.000 pada tahun 2015 mengalami penurunan sebesar Rp 1.155.840.000. sedangkan untuk tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 336.000.000. Dari permasalahan yang ada pada UD. Sumber Agung, maka perlu di lakukan strategi pemasaran yang lebih baik untuk menarik minat konsumen supaya melakukan pembelian tahu pada UD. Sumber Agung.

C. Rumusan Masalah

Di lihat dari permasalahan yang ada di atas maka penulis menyimpulkan rumusan masalah, yaitu bagaimana meningkatkan volume penjualan melalui strategi pemasaran dengan menggunakan metode analisis SWOT ?.

D. Tujuan Penelitian

Jika di lihat dari rumasan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peningkatan volume penjualan melalui strategi pemasaran dengan menggunakan metode analisis SWOT.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini maka saya sebagai penulis dapat mengerti tentang masalah strategi pemasaran yang di gunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan bagi perusahaan menggunakan analisis SWOT.

2. Bagi Perusahaan

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

3. Bagi Pihak Lain.

Yang dapat di peroleh dari pihak lain dari penelitian ini yaitu dapat dipergunakan sebagai referensi atau acuan bagi penulis lain yang ingin melanjutkan skripsi atau karya ilmiah 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.