

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pemasaran merupakan salah satu fungsi dalam perusahaan yang sering disebut sebagai ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan, walaupun pada dasarnya semua fungsi dalam perusahaan merupakan suatu sistem yang saling berhubungan, saling mempengaruhi, dan tidak dapat dipisahkan. Pentingnya pemasaran menyebabkan perusahaan berusaha untuk berhasil di bidang ini dengan melakukan berbagai langkah strategis dalam pemasaran yang sering disebut dengan strategi pemasaran.

Pada saat ini persaingan di dunia bisnis semakin meningkat dan ketat, barang dan jasa yang ada dipasaran bisa memiliki keseragaman antara produk yang satu dengan produk yang lainnya. Hal ini dapat terjadi karena suatu produk yang sukses dipasar akan segera diikuti oleh para pesaing dengan menghasilkan produk yang sejenis, sehingga perlu adanya peningkatan di dalam strategi pemasaran perusahaan agar tetap eksis dipasaran.

Strategi pemasaran dalam perusahaan merupakan salah satu bagian yang sangat penting. Pemasaran yang dilakukan dengan strategi yang baik akan dapat menempatkan produk pada posisi yang tepat dan menguasai pasar. Konsep pemasaran merupakan strategi perusahaan yang berorientasi pada pasar, dan berusaha menghasilkan apa yang diinginkan konsumen , perusahaan juga harus ingat pelayanan terhadap konsumen harus diperhatikan.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Manfaat manajemen strategi juga bisa menentukan strategi pemasaran perusahaan yang memungkinkan suatu organisasi untuk proaktif dalam membentuk masa depannya, memungkinkan perusahaan untuk memulai dan mempengaruhi dengan demikian memiliki kontrol terhadap perusahaannya. Perusahaan perlu menetapkan keputusan strategi dan kebijakannya agar tujuan dapat tercapai. Perencanaan strategi yang baik merupakan alat yang sangat berguna untuk menjalankan bisnis ini secara efektif dan efisien, yang mana dalam penyusunannya dibutuhkan suatu rancangan yang komprehensif atau integral sehingga dapat di ketahui urutan-urutan yang sistematis dan logika proses berfikir dari rencana sampai implementasi serta pengendalian yang di pilih. Strategi yang di pilih diharapkan dapat mengakomodasikan berbagai permasalahan yang akan terjadi dalam perusahaan.

Agar dapat tercapai tujuan perusahaan maka strategi harus didasarkan pada perpaduan antara hasil sorotan diluar perusahaan dan sorotan di dalam perusahaan untuk mendeteksi masalah-masalah dan ancaman-ancaman pesaing yang harus dihindari. Analisa yang tajam bagi perusahaan diperlukan agar dapat di ketahui kekuatan-kekuatan yang dapat dimanfaatkan serta kelemahan-kelemahan yang perlu diperbaiki, diatasi, atau dihilangkan.

Adapun salah satu cara untuk menganalisis strategi perusahaan adalah dengan menggunakan metode analisis SWOT yang bermanfaat untuk mengetahui profil perusahaan berdasarkan analisis lingkungan internal, serta analisis lingkungan eksternal perusahaan yang mencakup perusahaan agar perusahaan senantiasa mampu menghadapi pesaingnya dan meningkatkan jumlah konsumen serta meningkatkan laba. Fahmi (2013:260) menyatakan

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

bahwa unsur-unsur SWOT yang meliputi Kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*) terbagi atas 2 faktor yaitu faktor eksternal dan internal dalam perusahaan untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT yang ada di perusahaan. Analisis SWOT sangatlah penting untuk mengetahui posisi perusahaan saat ini berada dalam kondisi baik ataupun kurang baik dan juga untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat yang harus dilakukan dan nantinya akan menunjang untuk peningkatan penjualan pada perusahaan terlebih lagi terhadap perusahaan yang menjual produk berupa barang (*tangible goods*) seperti PT. Batu Karang yang ada di kota Malang.

PT. Batu Karang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi penjualan rokok yang ada di Kota Malang. Perusahaan yang telah beroperasi sejak tahun 1992 telah menjual berbagai produk-produk rokok seperti KML kretek 12, UN mild, dan 153 filter. Dengan varian produk yang banyak serta harga yang terjangkau membuat PT. Batu Karang menjadi perusahaan penjual rokok yang berkembang di Kota Malang. Belum adanya penerapan analisis SWOT di perusahaan menjadikan peneliti ingin melakukan analisis SWOT guna menentukan strategi pemasaran dalam penyusunan produk ataupun penjualan produk.

Berdasarkan uraian diatas perusahaan PT. Batu Karang di Kota Malang sangat memerlukan adanya rencana strategi pemasaran yang tepat agar seorang manajer dapat menyusun keputusan atau kebijakan dan tindakan untuk mencapai tujuan dan target perusahaan. Dimana sekarang banyak perusahaan pesaing yang dapat menggeser *market share* perusahaan. Untuk itu

diperlukan kejelian, kewaspadaan, dan keterampilan untuk membuat suatu kebijakan strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan daya saing bisnis yang kompetitif, sehingga dapat membawa perusahaan kearah yang lebih baik.

Dengan solusi manajemen strategi yang tepat, diharapkan PT. Batu Karang mampu membaca perubahan-perubahan yang terjadi yaitu dengan mengetahui kekuatan, kelemahan, ancaman serta peluang bagi perusahaan sebagai dasar dalam menentukan tindakan-tindakan yang dibutuhkan dalam usahanya meningkatkan penjualan rokok. Dengan dasar latar belakang tersebut, maka penelitian ini mengambil judul PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN DI PT. BATU KARANG.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan Analisis SWOT agar dapat menentukan strategi pemasaran pada PT. Batu Karang?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan PT. Batu Karang dengan menggunakan analisis SWOT?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui penerapan Analisis SWOT pada pada PT. Batu Karang agar dapat menentukan strategi pemasaran.
 - b. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan pada PT. Batu Karang setelah di analisis SWOT.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan bahwa dengan analisis SWOT memiliki peran penting dalam menentukan strategi pemasaran yang kompetitif dan efektif bagi perusahaan.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi perusahaan dalam melihat kondisi perusahaan saat ini dan dapat memberi informasi bagi manajemen dalam mengambil keputusan khususnya dalam melihat kondisi lingkungan dan menentukan strategi pemasaran perusahaan.

c. Bagi universitas

Dapat digunakan sebagai referensi untuk selanjutnya di bidang usaha jasa dan pemasarannya. Serta dapat menambah koleksi karya ilmiah untuk mahasiswa fakultas ekonomi di perpustakaan.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Edwin Septiawan

NIM : 201611012

Jurusan : Manajemen

menyatakan memberikan dan menyetujui Hak Bebas Royalty Non-Eksklusif atas karya ilmiah saya:

Judul : Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada PT Batu Karang Malang.

kepada Perpustakaan Universitas Katolik Widya Karya Malang untuk menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam pangkalan data, mendistribusikan, serta menampilkannya di internet (Repository UKWK, APTIK Digital Library, RAMA Repository, dll) atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan bersedia serta menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Katolik Widya Karya Malang, segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta/plagiarisme dalam karya ilmiah ini.

Malang, 2 Agustus 2020



(Edwin Septiawan)

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

