

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan keanekaragaman hayati serta budaya, begitu juga dengan sumber daya alamnya yang melimpah serta masih tetap terjaga hingga sekarang. Dengan sumber daya alam yang melimpah maka Indonesia mempunyai potensi untuk pengembangan daerah wisata, terutama wisata yang masih berkaitan dengan alam. Oleh karena itu Indonesia menjadi salah satu negara yang banyak dikunjungi oleh wisatawan baik dari mancanegara maupun domestik.

Salah satu wisata yang cocok dikembangkan di Indonesia adalah agrowisata. Sutjipta (2001) mendefinisikan, agrowisata adalah sebuah sistem kegiatan yang terpadu dan terkoordinasi untuk pengembangan pariwisata sekaligus pertanian, dalam kaitannya dengan pelestarian lingkungan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat petani. Di Indonesia ada beberapa wilayah yang sudah mengembangkan agrowisata salah satunya adalah di wilayah Jawa timur.

Di Jawa Timur di sekitaran Kota Batu dan Malang sudah mengembangkan beberapa obyek wisata yang berorientasi pada agrowisata, antara lain Kusuma Agrowisata Petik Apel yang berada dikawasan Kota Batu, Agrowisata Kebun Teh Wonasari yang berada di Lawang, Agro Tawon Wisata Petik Madu yang berada di Kawasan

Lawang, Agrowisata Petik Jeruk Selorejo yang berada di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Desa Selorejo. Dari keempat agrowisata ini, masing-masing agrowisata haruslah bisa bersaing secara baik agar bisa mempertahankan eksistensinya di dunia usaha.

Selain harus bersaing dengan sesama agrowisata, usaha ini juga bersaing dengan obyek wisata modern lainnya. Diperlukan suatu strategi yang tepat agar bisa bersaing dan bertahan dalam pasar. Strategi yang tepat bisa di ciptakan dengan beberapa cara, salah satunya adalah dengan menganalisis kelebihan dan kelemahan perusahaan itu sendiri. SWOT analisis merupakan alat untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman yang akan terjadi. Faktor kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal perusahaan, sedangkan peluang atau kesempatan dan ancaman merupakan faktor eksternal perusahaan.

Analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan (Kotler & Armstrong, 2008 : 64). Alat yang dipakai untuk menyusun faktor – faktor strategi perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Dengan memahami analisis SWOT perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran yang akan dilakukannya. Menurut Kotler (2008, 81) :

“Strategi Pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi

spesifik untuk penetapan pasar sasaran dan posisi pasar, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran ”.

Dengan terciptanya daya saing diantara usaha pariwisata maka semakin tinggi pula ancaman yang akan terjadi dan semakin sempit pula peluang untuk tetap bisa bertahan. Hal tersebut juga dapat terjadi pada PT. Kusumasatria Agrobio Tani Perkasa atau yang lebih dikenal dengan Kusuma Agrowisata, yang bersaing dengan destinasi wisata yang sejenis maupun modern. Saat ini Kota Batu sudah menjadi salah satu tujuan destinasi wisata di kalangan masyarakat. Banyak sekali obyek wisata yang telah dibangun baik yang berupa wisata alam seperti Kusuma Agrowisata, Coban Talun, Coban Rondo, Paralayang Batu, Cafe Sawah maupun obyek wisata yang sudah modern seperti Museum Angkut dan Jatim Park, BNS, Predator Fun Park. Dari adanya daya saing yang tercipta dari usaha sejenis maupun modern inilah diperlukan sebuah strategi yang tepat guna bisa mempertahankan eksistensinya di dunia usaha baik usaha yang sejenis maupun modern. Dan Analisis SWOT adalah salah satu alat untuk merumuskan strategi di bidang pemasaran yang tepat. Maka, dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Analisis SWOT Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada PT. Kusumasatria Agrobio Tani Perkasa Kota Batu, Malang.”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penerapan analisis SWOT di bidang pemasaran dalam penentuan posisi perusahaan pada Kusuma Agrowisata?
2. Bagaimana strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT pada Kusuma Agrowisata ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :
  - a. Mengetahui penerapan analisis SWOT di bidang pemasaran dalam penentuan posisi perusahaan pada Kusuma Agrowisata.
  - b. Mengetahui strategi-strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT pada Kusuma Agrowisata .
2. Manfaat Penelitian
  - a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan bagi peneliti untuk lebih memahami bagaimana menghadapi kondisi persaingan dunia ekonomi secara lebih luas.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai referensi dan bahan pertimbangan dalam menganalisis penentuan strategi bersaing dengan menggunakan analisis SWOT.

c. Bagi Universitas

Sebagai bahan referensi untuk kegiatan penelitian berikutnya terutama dibidang pemasaran, yaitu Analisis SWOT.

