

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 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 dengan ketat, barang dan jasa yang ada dipasaran bisa memiliki keseragaman antara produk yang satu dengan produk yang lain . Hal ini dapat terjadi karena suatu produk yang sukses dipasar akan segera diikuti oleh para pesaing dengan menghasilkan produk yang sejenis dengan produk tersebut . Sehingga perlu adanya peningkatan di dalam strategi pemasaran perusahaan agar tetap eksis dipasaran.

Permasalahan manajemen 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.

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 (bukan hanya merespons terhadap) aktifitas - dengan demikian memiliki control terhadap nasibnya .

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 mengkomodasikan 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, pantauan yang luas ke sekeliling, dan jauh kedepan untuk mendeteksi masalah – masalah dan ancaman – ancaman pesaing yang harus dihindari. Sedangkan pantauan yang tajam kedepan perusahaan ditunjukkan 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 S.W.O.T 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.

Berdasarkan uraian diatas perusahaan “SUSU YOGURT” di desa Pudak 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 .

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis berkeinginan untuk mendalami lebih jauh mengenai upaya-upaya yang telah dilakukan oleh perusahaan Badan Usaha Milik Bersama di desa Pudak yang memproduksi SUSU YOGURT dalam memasarkan produknya di kabupaten ponorogo, maka dari itu penulis mengambil judul: “ Penggunaan Analisis SWOT Untuk Menentukan strategi pemasaran perusahaan SUSU YOGURT”.

## **1.2. Batasan Masalah**

Untuk menjaga agar ruang lingkup permasalahan ini tidak terlalu luas dan agar dapat dianalisa dengan baik ,maka batasan masalah :

1. Penelitian hanya dilakukan pada strategi pemasaran .
2. Analisis SWOT meliputi analisis internal yaitu : meliputi kekuatan dan kelemahan di dalam perusahaan . sedangkan analisis eksternal meliputi peluang dan ancaman bagi perusahaan .

## **1.3. Perumusan masalah**

1. Bagaimanakah strategi *product* yang tepat bagi perusahaan SUSU YOGURT berdasarkan analisa SWOT ?
2. Bagaimanakah strategi *price* yang tepat bagi perusahaan SUSU YOGURT berdasarkan analisa SWOT ?
3. Bagaimanakah strategi *place* yang tepat bagi perusahaan SUSU YOGURT berdasarkan analisa SWOT ?

4. Bagaimanakah strategi *promotion* yang tepat bagi perusahaan SUSU YOGURT berdasarkan analisa SWOT ?

#### 1.4. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

##### 1.4.1. Tujuan Penelitian :

- a. Untuk mengetahui strategi *product* yang tepat untuk perusahaan SUSU YOGURT berdasarkan analisa SWOT.
- b. Untuk mengetahui strategi *price* yang tepat untuk perusahaan SUSU YOGURT berdasarkan analisa SWOT.
- c. Untuk mengetahui strategi *place* yang tepat untuk perusahaan SUSU YOGURT berdasarkan analisa SWOT.
- d. Untuk mengetahui strategi *promotion* yang tepat untuk perusahaan SUSU YOGURT berdasarkan analisa SWOT .

##### 1.4.2. Manfaat Penelitian :

- a. Bagi Peneliti
  1. Dapat menambah wawasan dan berfikir kreatif tentang bagaimana strategi pemasaran produk SUSU YOGURT di desa pudak.
  2. Untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar S1 Fakultas Ekonomi.
- b. Bagi Universitas

Hasil penelitian diharapkan dapat di pergunakan sebagai salah satu sumber informasi pengetahuan dan bahan perbandingan bagi pembaca yang berminat

mempelajarinya dan dapat di gunakan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya.

c. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam mempertimbangkan pengambilan kebijakan tentang strategi pemasaran pada SUSU YOGURT di desa pudak yang lebih efektif berdasarkan analis SWOT yang dilakukan peneliti.

