

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sudah menjadi kodrat manusia jika manusia diciptakan sebagai makhluk sosial (*Zoon Politicon*), yaitu makhluk yang tidak mampu berdiri sendiri dan akan saling bergantung antara makhluk satu dengan yang lain dalam rangka pemenuhan kebutuhan hidupnya. Sehingga dalam setiap aktivitasnya akan membentuk sebuah interaksi atau hubungan.

Era globalisasi berakibat pada perkembangan di dunia usaha yang semakin cepat dan juga ketat dalam konteks persaingan, hal ini menyebabkan organisasi yang bergerak di dunia usaha diuntut untuk kompetitif agar dapat sekedar bertahan ataupun mengembangkan usaha yang di jalani, ini hanya dapat di lakukan jika seorang pengusaha dapat mengidentifikasi kebutuhan (*Need*) serta keinginan (*Want*) dari konsumen. Keadaan yang seperti ini menimbulkan persaingan yang semakin tajam antara perusahaan satu dengan yang lain. Salah satu langkah dalam penyusunan strategi dapat dilakukan perusahaan dengan menganalisa faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Strategi terhadap lingkungan eksternal dapat ditetapkan dengan mengetahui apa yang menjadi ancaman (*Threats*) dan apa yang menjadi peluang (*Opportunities*) bagi perusahaan. Setelah mengetahui lingkungan

eksternal yang dihadapi, maka analisis lingkungan internal perlu dilakukan guna mengetahui apa yang menjadi kekuatan (*Strengths*) dan apa yang menjadi kelemahan (*Weaknesses*) dari perusahaan. Dengan demikian perusahaan selalu dapat beradaptasi dengan lingkungannya sehingga upaya untuk mencapai tujuan perusahaan senantiasa akan dapat dicapai.

Saat ini pertumbuhan perekonomian Negara maupun daerah pada khususnya dipengaruhi oleh peningkatan jumlah penduduk yang semakin tinggi. Selain itu, penerapan sistem otonomi daerah yang diserahkan secara penuh kepada daerah masing-masing. Membuat tiap-tiap daerah berlomba-lomba untuk mengembangkan wilayahnya dengan memanfaatkan potensi yang ada seperti, kurang lebih sama terjadi pada bisnis kuliner, bisnis kuliner merupakan bisnis yang menjanjikan persaingan yang ketat untuk di jalani, di karenakan banyaknya pengusaha khususnya di sektor usaha kecil menengah yang tertarik untuk menekuni bidang usaha ini.

Sebagian besar masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan pasti masih sangat asing dengan tanaman janggolan. Tetapi bagi orang-orang desa apalagi yang tinggal di lereng pegunungan tanaman janggolan pasti sangat akrab. Mungkin juga menjadi komoditi sehari-hari yang ditanam, dipetik, dikeringkan kemudian dijual kering dengan harga tertentu per kilogramnya, seperti tanaman janggolan yang ada di wilayah Ngrayun.

Salah satu kelompok tani yang mengembangkan produk janggelan dalam kemasan yaitu kelompok tani argomulyo. Kelompok tani yang berada di dukuh Puthuk rt. 1 rw. 5 desa Selur kecamatan ngrayun kab. Ponorogo propinsi Jawa Timur. Kelompok tani yang diketuai oleh ibu lusi widarini mulai memproduksi minuman janggelan. Meski masih belum terlalu professional dalam pengerjaannya, akan tetapi sudah sangat disukai dipasaran bahkan pasar juga sudah menyerap dalam jumlah besar. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MINUMAN KEMASAN MEREK SEGAAARIN UD. RIZQI AGUNG NGRAYUN’**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas dapat disimpulkan rumusan masalahnya adalah:

- a. Bagaimana (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman) pada Minuman Kemasan Merek Segaaarin UD. Rizqi Agung Ngrayun ?
- b. Bagaimana Penerapan Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran pada Minuman Kemasan Merek Segaaarin UD. Rizqi Agung Ngrayun ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman pada Minuman Kemasan Merek Segaaarin UD. Rizqi Agung Ngrayun.
- b. Merumuskan pelaksanaan strategi pemasaran yang tepat berdasarkan analisis SWOT.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

- a. Bagi Peneliti

Sebagai tugas akhir perkuliahan untuk memperoleh gelar S1, dan dari penelitian ini dapat menambah pemahaman mengenai teori analisis SWOT dan menerapkan teori yang telah diperoleh di perguruan tinggi.

- 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 digunakan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya.

- c. Bagi Perusahaan

Bagi UD. Rizqi Agung penelitian ini diharapka memberikan masukan yang berarti tentang strategi pemasaran yang lebih afektif berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan.

1.4 Pembatasan Masalah

Agar pembahasan di dalam penelitian ini memiliki arah yang jelas dan sistematis, penyusun membatasi permasalahan yang akan dibahas. Penelitian ini kami batasi pada penerapan S.W.O.T sebagai dasar penentuan strategi pemasaran minuman kemasan merek Segaaarin UD. Rizqi Agung Ngrayun.

