

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam era bisnis global dan setiap pelaku bisnis harus mampu memenuhi dan menghadapi tuntutan pelanggan yang terus berubah sekaligus dapat mengungguli para pesaing-pesaing. Perusahaan harus mampu menciptakan produk atau jasa yang inovatif dan kreatif, sehingga dapat mewujudkan masa depan perusahaan yang cemerlang.

Dalam menghadapi persaingan tersebut perusahaan haruslah mempunyai suatu posisi bisnis dan strategi yang dapat mengurangi dan mengendalikan persaingan usaha. Strategi perusahaan dapat membawa produk yang dihasilkan menguasai pasar dan memimpin persaingan. Namun hal tersebut tidak bisa terlepas dari perubahan yang terjadi setiap saat, seperti persaingan yang semakin ketat, peningkatan inflasi, penurunan tingkat pertumbuhan ekonomi, perubahan teknologi yang semakin canggih dan perubahan lingkungan sosial yang mengakibatkan perubahan konsumen secara cepat. Untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya diperlukan.

Dengan demikian dapat dikatakan setiap perusahaan selalu berlomba-lomba untuk mendapatkan pasar yang potensial untuk memenangkan persaingan tersebut. Perusahaan harus mempunyai strategi

yang jitu agar perusahaan mempunyai pangsa pasar dan menjalin hubungan dengan konsumen disamping itu harus mengikuti kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan ditentukan selain dari kualitas produk itu sendiri, juga kemampuan perusahaan dalam bidang pemasaran. Pemasaran dikatakan berhasil apabila dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga mereka akan melakukan pembelian secara terus menerus, yang akan meningkatkan pendapatan bagi perusahaan melalui volume penjualan.

Genong Cacing Madiun merupakan usaha yang bergerak dalam bidang budidaya cacing tanah merah yang berpusat di Madiun. Cacing *lumbricus* (tanah) termasuk hewan tingkat rendah karena tidak mempunyai tulang belakang (*Invertebrata*). Cacing tanah termasuk kelas *Oligochaeta* Famili terpenting dari kelas *megascilicidae* dan *lumbricidae* yang mempunyai kandungan kadar protein sangat tinggi yaitu, sekitar 76 %, protein asam amino berkadar tinggi, 17 % karbohidrat, 45 % lemak dan abu 1,5 %. Cacing tanah bukanlah hewan yang asing bagi masyarakat kita, terutama bagi masyarakat pedesaan. Namun hewan ini mempunyai potensi yang sangat menajubkan bagi kehidupan dan kesejahteraan masyarakat.

Beberapa jenis cacing *lumbricus* yang kini banyak ditenakan antara lain; *pheretima*, *periony* dan *lumbricus*. Cacing *lumbricus* ini mempunyai beberapa keunggulan dari jenis-jenis cacing yang lain seperti penambahan berat badan yang cukup cepat, produksi telur/calon anak dan produksi bekas cacing atau casing, serta tidak banyak bergerak. Dalam berbagai penelitian

cacing mempunyai banyak manfaat baik dibidang pertanian (penyuburan tanah), kesehatan (bahan baku membuat obat), kecantikan (bahan baku membuat kosmetik), bidang peternakan (bahan baku pembuat pakan karena kandungan protein yang banyak), dsb.

Berdasarkan observasi, diketahui bahwa usaha ini memiliki kekuatan (*strength*) diantaranya: mudah dibudidayakan dan memiliki perkembangan yang cukup pesat. Adapun kelemahannya (*weaknesses*) usaha cacing tanah merah ini adalah perlu perhatian dan ketelitian dalam pengiriman jarak jauh dan dalam jangka waktu yang cukup lama. Sedangkan peluang (*opportuniy*) dalam usaha cacing tanah merah ini, yaitu: mempunyai segmen pasar yang luas (peternakan, perikanan, tambak udang, kosmetik dan farmasi) dan mudah dipublikasi. Sedangkan ancaman (*threaths*) dalam budidaya cacing tanah merah ini pandangan dari masyarakat umum bawasannya yang menganggap cacing tanah merah itu menjijikan, tidak bernilai, dan tidak bermanfaat sehingga menghambat pemasaran cacing tanah itu sendiri . Namun demikian usaha budidaya cacing ini memiliki persaingan yang ketat karena teknik budidaya yang mudah *diduplikasi* atau ditiru. Disamping itu, promosi yang dilakukan perusahaan saat ini kurang efektif dan tidak disiplin. Hal ini tentu dapat menimbulkan masalah dalam pemasaran mengingat banyaknya produk sejenis di pasaran yang akhirnya akan berdampak pada volume penjualan.

Agar dapat bersaing, perusahaan harus memiliki strategi-strategi tertentu untuk mengetahui segi positif dan segi negatif di dalam perusahaan

dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan teknik historis yang terkenal dimana para manager menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi perusahaan. Menurut pendapat Philip Kotler (2008), “sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil dan peluang bisnis, namun pada waktu yang bersamaan meminimumkan kelemahan dan ancaman yang ada.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengulas masalah tersebut kedalam judul penelitian yaitu “ **Penerapan Analisis SWOT guna Meningkatkan Volume Penjualan Cacing Tanah Merah jenis *Lombricus Rubellus* Di Genong Cacing Madiun**”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang dapat mempermudah langkah-langkah penyelesaiannya. Adapun permasalahan yang peneliti ungkapkan adalah sebagai berikut :

1. Apakah yang menjadi *Strength* pada produk Cacing Tanah Merah jenis *Lombricus Rubellus* di Genong Cacing Madiun ?

2. Apakah yang menjadi *Weaknesses* pada produk Cacing Tanah Merah jenis *Lombricus Rubellus* di Genong Cacing Madiun ?
3. Bagaimana *Opportunity* pada produk Cacing Tanah Merah jenis *Lombricus Rubellus* di Genong Cacing Madiun ?
4. Bagaimana *Threats* pada produk Cacing Tanah Merah jenis *Lombricus Rubellus* di Genong Cacing Madiun ?
5. Strategi pemasaran apakah yang sesuai digunakan untuk meningkatkan volume penjualan pada produk Cacing Tanah Merah jenis *Lombricus Rubellus* di Genong Cacing Madiun ?

1.3. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui *Strength* pada produk Cacing Tanah Merah jenis *lombricus robbelus*, sehingga bisa memperluas pasar dan meningkatkan penjualan .
2. Untuk mengetahui *Weaknesses* pada produk Cacing Tanah Merah jenis *lombricus robbellus* sehingga bisa mengetahui kualitas dan fungsi dari produk ini
3. Untuk mengetahui *Opportunity* pada produk Cacing Tanah Merah jenis *lombricus robbelus*, sehingga bisa memperluas pasar dan meningkatkan penjualan .
4. . Untuk mengetahui *Threats* pada produk Cacing Tanah Merah jenis *lombricus robbelus*, sehingga bisa membuat strategi baru untuk meningkatkan penjualan.

5. Untuk mengetahui strategi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan pada produk Cacing Tanah Merah jenis *lombricus robbellus* di Genong Cacing Madiun.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini bagi Genong Cacing Madiun

Selaku objek yang diteliti yaitu sangat bermanfaat karena dengan penelitian ini sangat membantu dalam mengevaluasi kinerja dalam pemasaran prodak cacing tanah merah jenis *lombricus robbellus*.

2. Bagi Peneliti

Menerapkan teori yang telah diperoleh peneliti selama perkuliahan pada realita yang ada pada lembaga maupun masyarakat serta menambah pengetahuan peneliti selama penelitian.

3. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan yang menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang manajemen, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

4. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini di harapkan sebagai pengetahuan, wawasan dan referensi untuk mengadakan penelitian yang sejenis di kemudian hari.