

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini banyak peluang dan ancaman yang timbul dalam dunia bisnis. Beberapa peluang tersebut di antaranya semakin terbukanya kesempatan untuk memasarkan produk di pangsa pasar yang baru serta semakin cepatnya informasi yang dapat disebarluaskan maupun didapatkan. Sedangkan ancaman yang mungkin timbul adalah semakin banyaknya pesaing baru yang muncul dan terjadi perubahan-perubahan budaya maupun aturan yang dapat mengancam eksistensi perusahaan. Untuk itulah perusahaan harus pandai melihat peluang pasar yang ada dan ancaman yang dapat membahayakan perusahaan dengan mengelola peluang serta ancaman tersebut dengan baik. Untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang ada, maka perusahaan harus dapat memanfaatkan kekuatan yang ada dalam perusahaan dengan optimal dan berusaha mengurangi kelemahan-kelemahan yang ada dalam perusahaan seminimal mungkin. (Febrianti, 2014)

UD. Sahabat Barokah merupakan sebuah perusahaan *home industri* yang mengelola petis udang. UD. Sahabat Barokah yang terletak di jalan Jend. A. Yani, Desa Sungonlegowo, Kota Gresik. Industri rumahan ini berdiri pada tahun 1995. Di UD. Sahabat Barokah tenaga kerjanya sebanyak 3 orang trus mempunyai mesin sebanyak 6 mesin, transportasi mempunyai mobil 1. Petis udang yang diproduksi perusahaan ini bermacam-macam antara lain petis udang biasa, petis udang enak, petis udang super. UD. Sahabat Barokah mendistribusikan petis udang di daerah Jawa Timur, khususnya di daerah Gresik, Surabaya, Malang, dan Tuban. Pesaing UD. Sahabat Barokah saat ini adalah UD Agung Jaya dan UD Ananta. Saat ini UD. Sahabat Barokah sebelumnya belum menerapkan strategi SWOT, strategi yang dilakukan yaitu pendekatan pelanggan dan memperbaiki kualitas / mempertahankan ciri khas produk petis udang. Akan tetapi, penjualan petis udang setiap bulannya belum stabil yang dapat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Penjualan Petis Udang UD. Sahabat Barokah bulan Oktober 2017 - Oktober 2018

NO	Data penjualan			Per Kg	
	Bulan	Tahun	Produksi	Penjualan	Selisih
1	Oktober	17	2000 kg	1756 kg	244 kg
2	November	17	2000 kg	1850 kg	150 kg
3	Desember	17	2000 kg	1900 kg	100 kg
4	Januari	18	2000 kg	1529 kg	471 kg
5	Februari	18	2000 kg	1550 kg	450 kg
6	Maret	18	2000 kg	1711 kg	289 kg
7	April	18	2000 kg	1750 kg	250 kg
8	Mei	18	2000 kg	1756 kg	244 kg
9	Juni	18	2000 kg	1650 kg	350 kg
10	Juli	18	2000 kg	1529 kg	471 kg
11	Agustus	18	2000 kg	1440 kg	560 kg
12	September	18	2000 kg	1400 kg	600 kg
13	Oktober	18	2000 kg	1408 kg	592 kg

Berdasarkan tabel diatas, bahwa penjualan petis udang pada UD. Sahabat Barokah belum stabil. Selisih terbanyak terlihat pada bulan terakhir yaitu pada bulan September, Oktober, dan Agustus. Dari data tabel 1.1 penjualan petis udang setiap bulannya dapat diketahui bahwa masih belum bisa mencapai target yang diinginkan perusahaan. Kapasitas perusahaan dalam memproduksi petis udang perbulannya sebanyak 2000 kg. Akan tetapi penjualan petis udang perbulannya yaitu paling banyak 1.900 kg/per bulan dan paling sedikit sebanyak 1.400 kg/per bulan.

Berdasarkan permasalahan di atas peneliti mencoba memberikan alternatif pemecahan masalah pada strategi pemasaran yang tepat menggunakan SWOT, dan Matriks QSPM.

Metode SWOT adalah metode yang digunakan untuk menentukan strategi pemasaran yang bisa dilakukan oleh perusahaan tersebut. Setelah mengetahui strategi-strategi pemasaran tersebut dibobotkan dan setelah itu dicari nilai ketertarikan masing-masing strategi yang ada.

Matriks SWOT merupakan suatu kerangka internal perusahaan dan lingkungan eksternal, dengan membangun pendekatan SWOT. Lingkungan perusahaan seperti kekuatan dan kelemahan, sedangkan lingkungan eksternal seperti peluang dan ancaman.(Assauri dalam Putri, 2014)

Metode QSPM adalah suatu alat untuk melakukan evaluasi pilihan alternatif secara objectif, menetapkan daya tarik relatif dari tindakan alternatif yang layak dan memutuskan strategi mana yang terbaik Menurut ( Assauri Putri, 2014).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana keadaan lingkungan internal dan eksternal pada UD. Sahabat Barokah?
2. Bagaimana usulan strategi UD. Sahabat Barokah saat ini?
3. Bagaimana alternatif strategi pemasaran untuk UD. Sahabat Barokah?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai adalah.

1. Mengidentifikasi keadaan lingkungan internal dan eksternal UD. Sahabat Barokah.
2. Mengidentifikasi usulan strategi UD. Sahabat Barokah saat ini.
3. Mengusulkan alternatif strategi pemasaran untuk UD. Sahabat Barokah.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui keadaan lingkungan internal dan eksternal UD. Sahabat Barokah.
2. Mengetahui usulan strategi UD. Sahabat Barokah saat ini.
3. Mengetahui alternatif strategi pemasaran untuk UD. Sahabat Barokah.

## **1.5 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden penelitian yang digunakan yaitu responden ahli. Responden ahli terdiri dari pemilik perusahaan, bagian produksi, dan bagian keuangan.

## **1.6 Asumsi – Asumsi**

Adapun batasan asumsi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden sudah mengerti dan memahami perusahaan tersebut.

## **1.7 Sistematika Penelitian**

Sistematika dalam penelitian skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab. Pada masing-masing bab terbagi menjadi beberapa sub bab, sehingga pembaca dapat mudah untuk mengetahui gambaran secara ringkas mengenai uraian dalam setiap bab.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisikan mengenai penjelasan umum yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, asumsi-asumsi dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisikan teori-teori yang berhubungan dengan objek penelitian, metode beserta perumusan yang akan digunakan dalam pengolahan data dan perancangan produk dalam Tugas Akhir ini yaitu teori metode SWOT dan QSPM.

### **BAB III METODE PEMECAHAN MASALAH**

Berisikan penjelasan mengenai model pemecahan masalah dan langkah-langkah yang diambil untuk menyelesaikan masalah dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM.

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Berisikan tentang data-data yang diperoleh di lapangan yang sesuai dengan objek tugas akhir yang akan digunakan untuk memecahkan masalah yang sedang di teliti, sedangkan pengolahan data berisikan tentang proses

perubahan data mentah menjadi suatu hasil yang bisa dipahami sehingga membantu didalam menganalisa.

## **BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Berisikan analisis dan pembahasan dari hasil pengolahan data, pada bagian ini akan dibahas analisis dari hasil pengolahan data tentang pembuatan Petis Udang.

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisikan kesimpulan atas dasar pembahasan dari bab-bab sebelumnya yang mencerminkan jawaban atas permasalahan yang dirumuskan, dan juga memberikan saran yang berisikan saran yang merupakan tindak lanjut dari kesimpulan, berupa anjuran rekomendasi atas kesimpulan yang diambil.