

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang dilakukan dengan tujuan menghasilkan upah, keuntungan atau laba dari penjualan barang dan jasa. Pada masa silam pemasaran lebih banyak menitik beratkan pada tujuan penjualan dengan ongkos produksi seminimal mungkin namun saat ini konsep tersebut telah berubah. Konsep pemasaran saat ini cenderung memperhatikan konsumen, sesuai penjelasan Kotler, (2007:20) berikut ini: pemasaran adalah suatu proses sosial dan melalui proses itu individu-individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan atau inginkan dengan cara menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain.

Pelaku usaha harus memperhatikan berbagai aspek dalam melakukan kegiatan usaha seperti; Memahami konsep produk maupun jasa secara baik, mempunyai visi dan misi bisnis mempunyai mental yang tangguh dan mau belajar agar menjadi pelaku usaha yang sukses, membuat perencanaan dan strategi bisnis agar mampu meminimalkan usaha dari risiko bisnis dan keuangan dan memahami strategi pemasaran dan pelayanan.

Memahami strategi pemasaran adalah kemampuan untuk menjual atau mendistribusikan produk yang dimiliki agar target usaha dapat tercapai. Para pelaku usaha harus memiliki kepekaan dalam melihat peluang yang ada di sekitarnya.

Lingkungan dalam dunia usaha merupakan faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha, baik dari sisi internal maupun eksternal perusahaan. Membaca keadaan di lingkungan *internal* perusahaan, dapat dilakukan dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan. Sedangkan dari segi *eksternal* dapat

ditinjau dari segi peluang dan ancaman perusahaan apakah perusahaan itu memiliki produk yang berkualitas, harga yang terjangkau oleh konsumen, dan struktur perusahaan yang baik. Sisi kelemahan perusahaan dapat dilihat apakah perusahaan tersebut memiliki produk yang berkualitas rendah, harga yang terlampaui tinggi sehingga tidak terjangkau, dan struktur organisasi yang tidak jelas.

Peluang usaha adalah keadaan ketika ada permintaan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen, sehingga perusahaan mampu mengambil keuntungan dari keadaan yang terjadi. Ancaman usaha adalah kondisi yang bersifat negatif dan tidak dapat diprediksi oleh perusahaan yang dapat mengganggu kegiatan usaha produksi atau mengganggu keberlangsungan perusahaan.

Dengan melakukan analisis strategi pemasaran pada Paguyuban Sari Roso dengan metode analisis SWOT, maka dapat diketahui kekuatan, kelemahan yang dimiliki dan peluang ancaman yang dihadapi sehingga dapat menentukan strategi apa yang sebaiknya dipakai usaha industri ini selanjutnya, sehingga dapat tetap bertahan atau meningkat seiring berkembangnya zaman yang memaksa setiap pelaku usaha harus *update* terhadap sistem maupun produknya. Dan dari hasil analisis SWOT diharapkan dapat mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang yang didapatkan oleh suatu usaha dengan segala macam ancaman-ancaman yang harus diwaspadai oleh usaha tersebut. Selain analisis SWOT matriks IFAS-EFAS dapat digunakan untuk membuat dan merumuskan formulasi arah strategi yang tergambar secara jelas sehingga usaha paguyuban Sari Roso dapat berada pada sel atau kuadran pertama dalam diagram analisis SWOT, situasi ini merupakan posisi yang menguntungkan yang berarti bahwa usaha tersebut mempunyai peluang dalam mengembangkan dan mempunyai kekuatan yang dapat dipakai untuk menarik minat membeli konsumen.

Umumnya konsumen bersedia membeli suatu produk disebabkan dorongan baik yang bersifat rasional maupun emosional. Dorongan yang bersifat rasional diantaranya: harga yang sesuai, pelayanan yang memuaskan, dan mendesakny kebutuhan, sedangkan dorongan konsumen yang bersifat emosional adalah memelihara status dan ingin melindungi diri dari apa yang dikhawatirkan. Adanya kedua dorongan tersebut menyebabkan konsumen berusaha untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan atas pembelian produk. Hal ini menimbulkan kewajiban tertentu bagi industri untuk memberi kepuasan yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Komunitas Industri Paguyuban Sari Roso sebagai salah satu pemain dalam industri rumah tangga di Blitar tepatnya di desa Ploso yang bergerak dalam usaha memproduksi dan memasarkan aneka kue-kue khas blitar. Dinamakan paguyuban karena bermula dari kerja sama antar RT dan RW di desa Ploso dalam membentuk perdagangan kue-kue yang pembuat dan pemasarnya dari komunitas desa Ploso itu sendiri. Industri ini diminati karena produknya telah mendapatkan penghargaan dari Bupati Blitar sebagai “Pedagang Kejujuran” karena dinilai halal, tidak menggunakan bahan-bahan yang berbahaya sehingga aman untuk dikonsumsi.

Dewasa ini mencari makanan aman sangat sulit, usaha-usaha seperti inilah yang sekarang dibutuhkan Bangsa ini, usaha lokal yang berbasis masyarakat dan tidak terpengaruh oleh perekonomian global. Usaha inilah yang harus diperhatikan dan diberikan motivasi lebih supaya makin berkembang dan bisa meningkatkan perekonomian masyarakat. Dalam pengelolaannya, industri Sari Roso perlu mengetahui variabel-variabel analisis SWOT yang berpengaruh terhadap usahanya misalnya; variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dengan memperhatikan variabel-variabel diatas, maka pihak pengelola dapat membuat suatu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pemilihan strategi pemasaran yang paling sesuai untuk diterapkan dalam industri Sari Roso.

Tumbuhnya industri rumah tangga di pedesaan akan meningkatkan ekonomi desa dengan berbagai macam kegiatan usaha dan keterampilan masyarakat. Hal ini akan memberikan kemajuan yang sangat penting bagi kegiatan pembangunan ekonomi pedesaan. Perkembangan sektor industri dalam pembangunan di Indonesia tidak terlepas dari peranan dan keberadaan industri kecil dan kerajinan rakyat, yang secara historis kehadirannya jauh lebih dahulu dibandingkan industri manufaktur maupun industri modern. Meskipun penghasilan industri kecil pada umumnya masih tergolong rendah. Namun eksistensinya tidak dapat diabaikan. Demikian juga halnya dengan sektor industri rumah tangga yang ada di desa Ploso dalam beberapa tahun terakhir ini mengalami perkembangan yang cukup baik. Hal ini terlihat dengan semakin banyaknya produsen pendatang dalam industri kecil yang tersebar diberbagai tempat yang ada di desa Ploso. Industri ini sudah menjadi usaha sebagian besar masyarakat setempat.

Dari latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisa SWOT sebagai perencanaan strategi pemasaran dalam upaya mengembangkan usaha Paguyuban SARI RASA di desa Ploso Kabupaten Blitar.”**

1.2 Rumusan Masalah

- a. Faktor *internal* apa yang dihadapi Paguyuban Sari Roso di desa Ploso berdasarkan analisis SWOT?
- b. Faktor *eksternal* apa yang dihadapi Paguyuban Sari Roso di desa Ploso berdasarkan analisis SWOT?
- c. Bagaimana mengatasi faktor internal dan eksternal pada Paguyuban Sari Roso di desa Ploso berdasarkan analisis SWOT?
- d. Bagaimana menentukan dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan usaha Paguyuban Sari Roso di desa Ploso berdasarkan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor internal apa yang dihadapi Paguyuban Sari Roso di desa Ploso berdasarkan analisis SWOT.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor eksternal apa yang dihadapi Paguyuban Sari Roso di desa Ploso berdasarkan analisis SWOT.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar faktor internal dan eksternal pada Paguyuban Sari Roso di desa Ploso berdasarkan analisis SWOT.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi yang tepat digunakan pada Paguyuban Sari Roso di desa Ploso berdasarkan analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori yang telah diperoleh pada perkuliahan dan menambah wawasan penulis dalam bidang management pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan analisis SWOT sebagai perencanaan strategi pemasaran dalam upaya mengembangkan usaha Paguyuban Sari Roso.

b. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang, khususnya yang berkaitan dengan analisis SWOT sebagai perencanaan strategi pemasaran dalam upaya mengembangkan usaha Paguyuban Sari Roso.

c. Bagi Paguyuban

Sebagai masukan dan pertimbangan bagi Paguyuban Sari Roso dalam mengembangkan usaha lokal penjualan produknya, sehingga kedepannya dapat meningkatkan perekonomian dengan meningkatnya jumlah pelanggan dan produksinya. Khususnya Paguyuban Sari Roso di desa Ploso.