

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Setiap pelaku bisnis harus mampu mempertahankan perusahaannya dengan mampu menjual sebanyak-banyaknya untuk meningkatkan pendapatan dan melakukan perubahan. Mereka juga harus mampu membuat rencana pemasaran yang efektif agar perusahaan mereka tetap kompetitif.

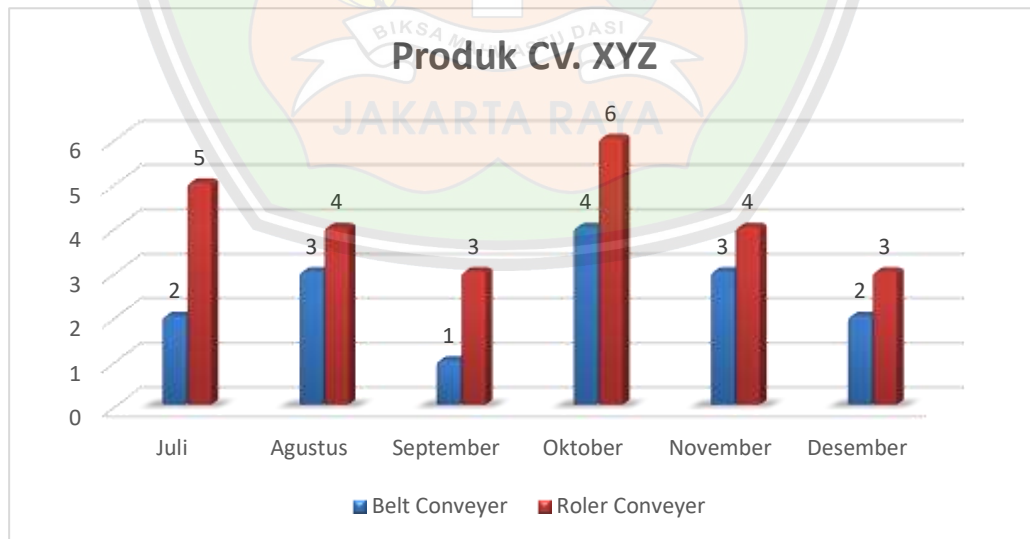
Dengan sistem otomatis kita bisa mengendalikan sesuatu perlengkapan sesuai kebutuhan kita, salah satu contohnya membuat alat bantu yang otomatis. Untuk mempermudah setiap pekerjaan dalam kehidupan, *conveyor* sudah terasa begitu akrab, walaupun keberadaannya masih tidak sering ditemukan di banyak tempat. Sedangkan kebutuhan yang dapat menolong pekerjaan sangatlah diperlukan pada zaman sekarang, khususnya pada pendistribusian barang, sehingga meringankan suatu pekerjaan serta bisa juga menghindari faktor terbentuknya hal yang tidak diinginkan.

Otomatis menurut (Haryanto & Wijaya, 2019) adalah ilmu yang mempelajari tentang dimana kita dituntut untuk merubah bahkan membuat sebuah mesin atau suatu cara yang tadinya manual menjadi otomatis. *Conveyor* merupakan sistem mekanik dengan kemampuan untuk memindahkan barang dari suatu tempat ke tempat yang lain. *Conveyor* digunakan dalam dunia industri untuk memindahkan barang yang sangat banyak dan berat. Karena adanya nilai dalam kondisi saat ini, *conveyor* juga bisa digunakan untuk memindahkan barang – barang berat dan produk tersebut menjadi lebih sederhana dan efektif.

Strategi dikutip dalam jurnal (Wijianto et al., 2021) adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga keserasian antara tujuan perusahaan, sumber daya perusahaan, dan peluang pasar yang terus berubah, dengan tujuan untuk membentuk dan menyesuaikan usaha perusahaan dan produk yang dihasilkan sehingga bisa mencapai keuntungan dan tingkat pertumbuhan yang menguntungkan. Artinya strategi merupakan proses yang dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan agar mampu mencapai tujuan yang diharapkan.

Strategi perusahaan merupakan faktor terpenting dalam menentukan lanjut atau tidaknya suatu usaha. Selain pemilihan strategi yang pertama dalam pengenalan usaha perlu juga dilakukan pengembangan pada strategi yang sudah ada. Pengembangan strategi ini untuk menghindari adanya kesamaan dengan pesaing yang mengikuti strategi awal, untuk itu perlu dipikirkan untuk berinovasi pada strategi yang sudah ada agar berbeda dengan pesaing.

CV. XYZ adalah salah satu dari banyaknya pelaku usaha yang kini berfokus pada industri manufaktur yaitu pembuatan *conveyor*. Mereka melangsungkan usahanya yang kini sudah hampir berjalan 11 tahun dengan nama produk “*Belt Conveyor & Roler Conveyor*”, dengan sistem produksinya *make to order* dan *conveyor* berfungsi untuk mengangkut berbagai macam barang dari besar sampai kecil, baik itu, makanan, minuman, dan lain lain. Pada saat sekarang ini sudah banyak digunakan pada industri-industri di tanah air, yang penggunaannya sudah banyak di implementasikan dalam berbagai fungsi yang luas, hampir seluruh bidang industri berskala menengah keatas yang memanfaatkan penggunaan *conveyor*. Berikut ini adalah data diagram penjualan CV. XYZ Akan tetapi untuk penjualan dari *belt conveyor* rendah, dan untuk pemilihan topik berfokus pada penjualan *belt conveyer* karena dari keuntungan sendiri sangat besar.



Gambar 1. 1 Diagram Penjualan *Belt Conveyor & Roller Conveyor*  
Sumber internal CV. XYZ

Pada data di atas diambil dari tahun sebelumnya 2022, dimana setiap bulan grafik penjualan tidak stabil, pada bulan September terdapat data terendah dalam setiap penjualan *belt conveyor*. Hal ini tergantung dari permintaan *customer*.

Tabel 1. 1 Data Jenis Produk *Belt Conveyor*

Jenis <i>Conveyor</i>	Harga <i>Belt Conveyor</i> (Rp)				
	Produk Yang DiTeliti	A (Produk Pesaing) (Per-bulan)	B (Produk Pesaing) (Per-bulan)	C (Produk Pesaing) (Per-bulan)	D (Produk Pesaing) (Per-bulan)
<i>Conveyor</i>	36.000.000	25.000.000	30.000.000	50.000.000	40.000.000

Sumber: Internal Perusahaan (2022)

Tabel 1.1 merupakan perbandingan pasar dengan pesaing berdasarkan jenis harga *conveyor* yang sudah ditentukan. Terlihat bahwa harga 1 unit *conveyor* di CV. XYZ berada di bawah harga *conveyor* produk pesaing “C” dengan harga Rp. 50.000.000, sebaliknya harga produk pesaing “A” berada di bawah harga *conveyer* CV.XYZ dengan harga Rp. 25.000.000 dan seterusnya.

Tabel 1. 2 Data Penjualan Pesaing Tahun 2022

Jenis <i>Conveyor</i>	Harga <i>Belt Conveyor</i>				
	Produk Yang Di Teliti (Per-Bulan)	A Produk Pesaing (Per-Bulan)	B Produk Pesaing (Per-Bulan)	C Produk Pesaing (Per-Bulan)	D Produk Pesaing (Per-Bulan)
<i>Conveyor</i>	Rp. 36.000.000	Rp. 25.000.000	Rp. 30.000.000	Rp. 50.000.000	Rp. 40.000.000
Jumlah Terjual (Per-Bulan)	4 Unit	7 Unit	6 Unit	5 Unit	6 Unit
Total	Rp. 144.000.000	Rp. 175.000.000	Rp. 180.000.000	Rp. 250.000.000	Rp. 240.000.000

Sumber: Internal Perusahaan (2022)

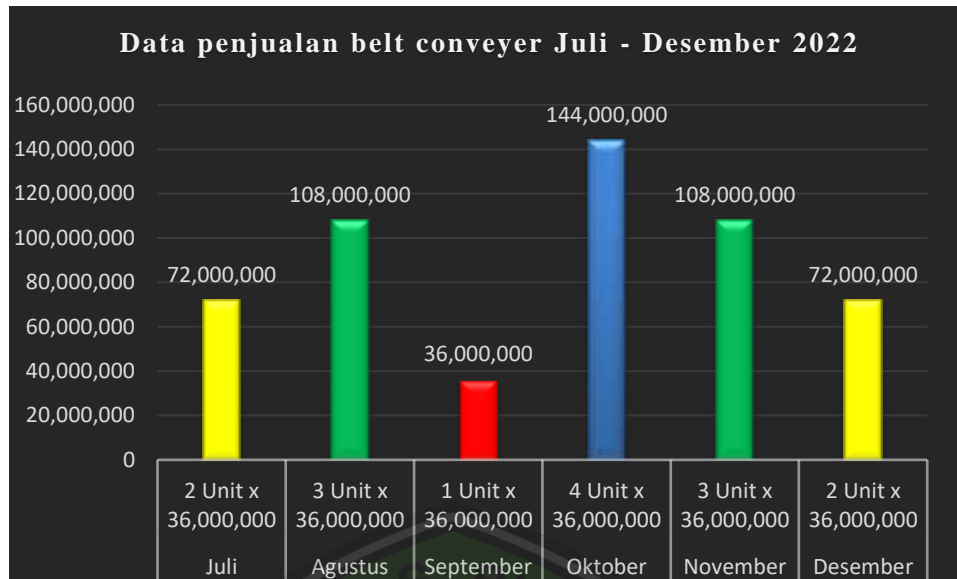
Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat dijelaskan tabel data penjualan pesaing setiap bulan dari setiap pesaing, dapat di liat pesaing A dengan jumlah penjualan perbulannya 7 unit dengan keuntungan Rp. 175.000.000, pesaing B dengan jumlah penjualan perbulannya 6 unit dengan keuntungan Rp. 180.000.000, pesaing C dengan jumlah penjualan perbulannya 5 unit dengan keuntungan Rp. 250.000.000, dan pesaing D dengan jumlah penjualan perbulannya 6 unit dengan keuntungan Rp. 240.000.000

Tabel 1. 3 Data Penjualan *Belt Conveyor* Juli sampai Desember Tahun 2022.

Bulan	Total unit yang terjual (per-bulan)	Penjualan (per-bulan)
Juli	2 Unit x 36.000.000	72.000.000
Agustus	3 Unit x 36.000.000	108.000.000
September	1 Unit x 36.000.000	36.000.000
Oktober	4 Unit x 36.000.000	144.000.000
November	3 Unit x 36.000.000	108.000.000
Desember	2 Unit x 36.000.000	72.000.000
Total Terjual	15 Unit	540.000.000
Rata-rata perbulan dalam enam bulan	3 unit	90.000.000

Sumber : CV. XYZ (2022)

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat data penjualan *Belt Conveyor* pada bulan Juli sampai Desember 2022, dan terdapat pada bulan september mengalami penurunan dari segi penjual bisa di liat pada grafik di bawah.



Gambar 1. 2 Diagram penjualan *belt conveyer* setiap bulan CV. XYZ  
 Sumber : CV. XYZ (2022)

Pada data di atas diambil dari tahun sebelumnya, jumlah penjualan dimana setiap 6 bulan mempunyai data penjualan terendah pada setiap bulannya. Hal tersebut dikarenakan pesaing di dunia industri *conveyor* semakin besar. Di tahun 2022 mengalami perubahan penjualan, meski tidak secara signifikan tetapi CV. XYZ menginginkan hasil penjualannya terus bertambah sampai menggapai sasaran, dengan penjualan terus meningkat dalam perbulan. Disini bisa dilihat pada bulan September menghadapi penyusutan, sebab aspek penurunan dikarenakan pesaing semakin ketat. Untuk penjualan *belt conveyer* tersebut menggunakan media sosial yaitu mengiklankan produk di CV. XYZ. Seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan lainnya namun tidak semua media sosial dimanfaatkan. Pemilik CV. XYZ juga menjual produknya di berbagai PT/CV.

Tingkatan persaingan antar perusahaan saat ini semakin tinggi CV. XYZ memasarkan serta memberikan barang barang terbaik dari suatu bisnis mungkin mempunyai pengaruh terhadap tumbuhnya minat *customer* dan daya beli. Oleh sebab itu organisasi harus lebih aktif, kreatif dan imajinasi pada hal ini. Perusahaan harus mempunyai sistem manajemen pemasaran yang kuat agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam pasang pasar yang ada. “Sistem manajemen pemasaran yang kuat sangat krusial buat memastikan bahwa *customer* tidak pindah ke organisasi lain dengan kualitas manajemen yang lebih tinggi”.

Berdasarkan penjualan *owner* tersebut, diperlukan penelitian dengan judul “Analisis strategi pemasaran *belt conveyor* di CV. XYZ pada produk *belt conveyor* untuk meningkatkan volume penjualan menggunakan metode SWOT dan QSPM”. Diharapkan bisa dapat meningkatkan *volume* penjualan dan menguasai pasar.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah diterangkan pada latar belakang, kita bisa mengidentifikasi masalah, berikut :

1. CV. XYZ kurang memperhatikan aspek promosi dan pengiklanan sebagai salah satu strategi pemasaran untuk meningkatkan *volume* penjualan.
2. Pesaing CV. XYZ semakin ketat, dimana kebutuhan *belt conveyor* lebih memilih harga yang lebih murah sehingga perlu adanya strategi pemasaran yang lebih baik.
3. CV. XYZ memiliki target menjadi PT (Perseroan Terbatas) dalam kurun waktu kurang lebih 5 tahun dengan memenuhi syarat yang di tentukan oleh pemerintahan dengan meningkatkan target penjualan dan strategi pemasaran
4. Pendapatan pada bulan september 2022 mengalami penurunan dan dibawah rata-rata.

## 1.3 Rumusan Masalah

Untuk meningkatkan penjualan terlebih pada produk *conveyer*. Maka dari itu penulis dapat mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal CV. XYZ yang mempengaruhi penjualan ?
2. Bagaimana analisis strategi penjualan produk *belt conveyor* di CV. XYZ dengan menggunakan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) ?
3. Bagaimana menentukan strategi pemasaran menurut metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)?

#### 1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah diperuntukan menghindari adanya penyimpangan atau memperluas cakupan subjek, sehingga penelitian lebih terfokus dan mudah di bahas, sehingga mencapai tujuan penelitian. Beberapa batasan masalah penelitian diantaranya sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada CV. XYZ di jln. Raya Boulevard.
2. Penelitian ini berfokus dibagian pemasaran *Belt Conveyor*
3. Data penjualan yang digunakan pada penelitian pada bulan Juli sampai Desember 2022.
4. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) dan (*Quantitative Strategic Planing Matrix*) QSPM.
5. Penelitian tidak menghitung biaya atas penurunan penjualan.

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal CV.XYZ yang mempengaruhi analisis penjualan.
2. Untuk menganalisis strategi penjualan produk *belt conveyor* di CV. XYZ dengan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*).
3. Untuk mengetahui tindakan yang tepat sebagai peningkatan pemasaran yang harus dilakukan dengan menggunakan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planing Matrix*).

#### 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian menjadi masukan untuk meningkatkan strategi pemasaran kepada pemilik CV. XYZ.
2. Hasil penelitian menjadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan strategi pemasaran kepada pemilik CV. XYZ.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan dan dapat menjadi referensi khususnya mengetahui analisis SWOT & QSPM dan bagi mereka yang membutuhkan.

### **1.7 Tempat dan Waktu Pelaksanaan**

Penelitian Tempat yang dipilih untuk melakukan penelitian dan pemasaran *conveyor* ini adalah CV. XYZ di JL. Raya Boulevard, Perumahan Duta Harapan, Ruko AB No. 17 - 18, 17123, RT.001/RW.010, Teluk Pucung, Bekasi Utara 17121 dan waktu penelitian Juli 2022 – Desember 2022.

### **1.8 Metode Penelitian**

Berikut langkah-langkah metodologi penelitian yang digunakan oleh penulisan untuk penulisan tugas akhir ini, yaitu:

1. Data Primer adalah data yang didapat langsung dari objek penelitian
  - a. Wawancara Melakukan pengumpulan data dengan mengadakan wawancara yang dilakukan secara terstruktur atau tidak terstruktur dengan objek masal maupun personal, serta memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada sumber informasi.
  - b. Observasi dilapangan dilakukan untuk mendapatkan gambaran secara aktual dari kondisi yang ada. Hal yang didapatkan dari obsevasi maupun suatu elemen penting dalam pengumpulan data penelitian ini.
2. Data sekunder adalah data yang didapat dari studi pustaka dan dokumen perusahaan dan studi pustaka dilakukan studi literature teori-teori yang menjadi acuan dalam pelaksanaan penelitian. Seperti buku-buku diperpustakaan dan jurnal.



## **1.9 Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan skripsi yang baik, diperlukan sistem penulisan skripsi yang tepat. Sistem penulisan yang baik yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan akan berisikan penjelasan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang akan digunakan untuk penelitian, perancangan dan usulan dalam membuat penelitian.

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

Pada bagian bab ini berisi tentang alur proses penelitian dan dilaksanakan dengan metode SWOT dan QSPM.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat tentang perhitungan data yang sudah didapat, sehingga dapat memperoleh hasil yang nantinya akan memperjelas tujuan penelitian

### **BAB V PENUTUP**

Bagian bab ini menjelaskan kesimpulan yang telah dibuat dari pembahasan pada bab sebelumnya, termasuk analisis data dan hasil yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Dalam bagian ini biasanya berisi daftar referensi acuan dalam penulisan, seperti buku, dan sumber-sumber penelitian lainnya.

### **LAMPIRAN**