

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Banyaknya pelaku usaha pada sektor industri menjadi prioritas utama yang mendorong pertumbuhan sektor-sektor lainnya sehingga secara keseluruhan dapat memberikan nilai yang lebih tinggi dalam pembangunan ekonomi. Keberadaan industri kecil sebenarnya mempunyai peran yang cukup besar terhadap kegiatan perekonomian nasional baik dilihat dalam menciptakan lapangan usaha bahkan sampai pada kemampuan usaha kecil dalam menyerap tenaga kerja. Namun, perkembangan dan kemajuan dunia usaha telah menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Kurangnya daya saing produk dan kurangnya pengetahuan strategi dalam pemasaran, dapat memicu kemunduran produk yang dihasilkan.

Hal itu memaksa agar pengusaha dapat bersaing secara lebih kompetitif untuk bisa mempertahankan kelangsungan usahanya dan berkembang lebih sukses, maka dari itu diperlukan suatu strategi usaha yang tepat. Dalam menentukan strategi dalam sebuah produk faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman (Metode SWOT) sangatlah penting untuk mengetahui atau menilai kondisi produk yang di miliki guna memenuhi keinginan konsumen.

PT Delisari Nusantara telah berdiri sejak tahun 1997 sebagai bagian dari Citra Group. PT. Delisari Nusantara telah memulai beroperasi di Jakarta sejak tahun 2001. Sampai sekarang Delisari Nusantara telah beroperasi di beberapa daerah di Indonesia, termasuk dari Bali, Jawa, dan di berbagai daerah lainnya, baik melalui kantor-kantor cabangnya maupun melalui para rekan bisnis lokal.

Delisari Nusantara mendistribusikan berbagai jenis makanan ringan, bahan baku kue dan roti, untuk industri makanan, hotel, restoran, café, toko roti, pasar tradisional, supermarket, maupun jaringan ritel nasional.

Delisari Nusantara bekerja sama dengan para rekan bisnisnya di Australia, Belgia, Kanada, Cina, Perancis, Italia, Malaysia, Singapura, dan Amerika Serikat untuk memasok bahan makanan yang berkualitas bagi konsumennya di Indonesia.

PT. Delisari Nusantara merupakan salah satu perusahaan yang berfokus pada pendistribusian berbagai jenis makanan, Salah satunya adalah produk kentang goreng Cavendish Tipe clear. kentang goreng Cavendish Tipe clear merupakan salah satu produk Impor dari Canada, makanan ringan yang banyak digemari konsumen. Rasanya yang gurih, kentang berwarna yang lebih cerah dan harganya yang terjangkau menjadikan produk tersebut sebagai alternatif tepat untuk menemani waktu santai bersama rekan dan keluarga.

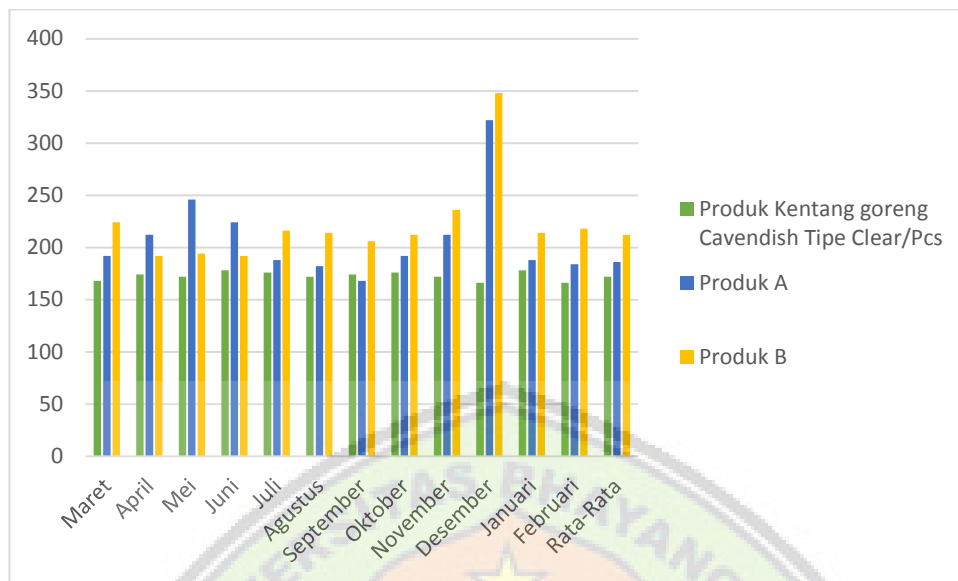
PT. Delisari Nusantara ini sudah melangsungkan kegiatan pendistribusian berbagai macam produknya selama 22 tahun dengan salah satunya nama produknya “Kentang Goreng Cavendish Tipe clear” yang sudah bersertifikasi halal oleh LPPOM MUI KOTA BEKASI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia), Serta telah mendaftarkan pada lembaga terkait dalam pengurusan Pangan Industri.

Tabel 1.1. Jumlah Penjualan Produk Kentang Goreng Cavendish Tipe clear dengan Produk Pesaing

Bulan	Produk Kentang goreng Cavendish Tipe Clear/Pcs	Produk A / Pcs	Produk B / Pcs
Maret	168	192	224
April	172	212	192
Mei	176	246	194
Juni	168	224	192
Juli	176	188	216
Agustus	172	182	214
September	168	168	206
Oktober	176	192	212
November	172	212	236
Desember	168	322	348
Januari	176	188	214
Februari	168	182	218
Rata-Rata	172	186	212

Sumber: Observation (2018 dan 2019)

Dibawah ini grafik perbandingan jumlah penjualan produk kentang goreng Cavendish Tipe clear dengan produk pesaing (A dan B)



Gambar 1.1. Perbandingan Penjualan Produk Kentang Goreng Cavendish Tipe clear dengan Produk Pesaing

Sumber: Observation

Data tabel 1.1 dan gambar 1.1 di atas adalah jumlah hasil penjualan “Kentang Goreng Cavendish Tipe clear” dan penjualan pesaing pada periode Maret 2018 sampai dengan Februari 2019. Hasil jumlah rata rata penjualan produk “Kentang Goreng Cavendish Tipe clear” belum sesuai target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan, target yang telah ditentukan selama 1 tahun oleh perusahaan sebesar 182 pcs dari data target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan dan masih di bawah jumlah penjualan pesaing dari 2 produk, serta produk “Kentang Goreng Cavendish Tipe clear” mendapatkan peringkat ke 3 dari hasil penjualan yang artinya masih di bawah jumlah penjualan 2 pesaing diantara 2 produk. Dari adanya hal tersebut, maka skripsi ini mengkaji lebih dalam mengenai “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Produk Kentang Goreng Cavendish Tipe Clear Dengan Menggunakan Metode Swot (Studi Kasus Di PT. Delisari Nusantara)”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengidentifikasi pemmasalahan yang terdapat di PT. Delisari Nusantara adalah:

1. Penjualan produk “Kentang Goreng Cavendish Tipe clear” yang masih di bawah 2 pesaing, sehingga membutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar penjualan produk “Kentang Goreng Cavendish Tipe clear” dapat meningkat.
2. Tidak ada peningkatan jumlah penjualan yang signifikan periode Maret 2018 sampai dengan Februari 2019.

1.3. Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah ditentukan, maka dapat dibuat rumusan masalah. Rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apa rencana strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah penjualan dengan menggunakan metode SWOT?

1.4. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah untuk mencegah meluasnya pembahasan. Adapun batasan masalah yang penulis tetapkan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di PT. Delisari Nusantara dan penulis memfokuskan penelitian pada satu produk yaitu Kentang Goreng Tipe clear yang bermerk Cavendish berasal dari Canada.
2. Data yang diambil berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan dan data penjualan dari perusahaan, berdasarkan riwayat periode Maret 2018 Februari 2019.
3. Penyelesaian masalah, penulis menggunakan Metode SWOT (*Strength*), (*Weakness*), (*Opportunity*), (*Threats*).

1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat agar meningkatnya penjualan pada produk Kentang goreng Cavendish Tipe clear dengan menggunakan analisis SWOT: kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*).

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian yang dilakukan, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan baik bagi pembisnis, bagi masyarakat dilingkungan perguruan tinggi, maupun bagi penulis sendiri.

1. Diharapkan dapat menambah wawasan, sehingga dalam kenyataannya dilapangan atau setelah bekerja dapat bermanfaat, selain itu juga bagi diri sendiri.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan dan dapat menjadi bahan referensi khususnya mengenai analisis SWOT bagi mereka yang membutuhkan.
3. Menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha sejenis dalam menentukan strategi yang tepat dengan menggunakan analisis SWOT.

1.7. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di PT. Delisari Nusantara yang berlokasi di Rukan Puri Mutiara Blok A No. 23 - 25, Jl. Griya Utama, Sunter Agung, RT.2/RW.5, Sunter Agung, Tj. Priok, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14410 Sebuah perusahaan yang mendistribusikan berbagai jenis makanan ringan, bahan baku kue, kentang goreng, roti untuk industri makanan, hotel, restoran, café, toko roti, pasar tradisional, supermarket, maupun jaringan ritel nasional.

1.8. Metode Penelitian

Dalam penulisan Skripsi ini menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap proses kerja.

2. Metode Wawancara

Dalam metode ini secara langsung bertemu dan melakukan tanya jawab dengan kepada karyawan perusahaan dan para konsumen.

3. Studi Pustaka

Dalam metode ini mengambil data-data sebagai bahan acuan teori dari buku-buku, Jurnal dan literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian dan pembahasan skripsi ini.

1.9. Sistematika Penulisan

Penyusunan laporan skripsi ini terdiri dari beberapa bab dan masing masing bab tersebut berisi uraian singkat dan memperjelas selama mengadakan penelitian. Hal ini di maksudkan agar pembahasan lebih sistematis dan spesifik sesuai dengan topik.

Penelitian ini terdiri dari 5 bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, tempat dan waktu penelitian, metode pengumpulan data dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menjelaskan dan mengemukakan tentang teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang metode apa yang digunakan mengenai penelitian tersebut.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menganalisis dan membahas mengenai inti permasalahan tentang strategi pemasaran produk.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian. Serta saran yang dapat menjadi pertimbangan dan dapat bermanfaat bagi perkembangan kemajuan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang catatan sumber dan referensi yang digunakan untuk menyusun laporan penelitian.