

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan dunia usaha di Indonesia pada era globalisasi saat ini telah berkembang sangat pesat. Terutamanya dalam bidang industri. Para pelaku usaha dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat guna meningkatkan penjualan dan mampu bersaing dalam persaingan yang ketat, dengan menerapkan strategi yang baik produk tidak hanya laku dijual di pasaran lokal tapi mampu menembus pasar nasional hingga internasional.

Menurut Hamel dan Prahalad yang menyatakan bahwa “strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan”. Sedangkan, Stephanie K. Marrus menyatakan bahwa “strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana tujuan tersebut dapat dicapai”. Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.²

Pemasaran menjadi salah satu tolak ukur untuk meningkatkan penjualan pada suatu perusahaan. Perusahaan harus kreatif dan berinovasi untuk bersaing di pangsa pasar dikarenakan para konsumen di zaman sekarang

² <https://repository.uin-suska.ac.id> diakses pada tanggal 4 Maret 2023 pukul 00.40.

pintar untuk mengambil keputusan pembelian dengan melihat kualitas barang, harga dan aspek pemasaran dari suatu barang.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler dan Keller).³ Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan (Tjiptono). Menurut Kotler strategi pemasaran merupakan pola pikir yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan, bisa mengenai strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran (*marketing mix*), dan besarnya sebuah pengeluaran pemasaran.⁴

Menurut Harahap pengertian analisis adalah memecahkan atau menguraikan sesuatu unit menjadi unit terkecil. Sedangkan, menurut Komaruddin Pengertian analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam suatu keseluruhan yang terpadu. Dari pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan

³ Masnia Mahardi Yanuar, Nurul Qomariah, & Budi Santoso, "Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 3 No. 1 (Juni 2017), 62.

⁴ Holfian Daulat, Eudoia Grace Maranatha, "Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan pada PT. Asrtragrapha Medan", *Jurnal Manajemen*, Vol. 6 No. 1 (Januari-Juni 2020), 3.

bahwa analisis adalah suatu kegiatan berfikir untuk menguraikan atau memecahkan suatu permasalahan dari unit menjadi unit terkecil.⁵

Salah satu alat yang dapat digunakan untuk menganalisis strategi pemasaran adalah analisis SWOT. Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal Perusahaan. Faktor internal yaitu untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan Perusahaan, dan faktor eksternal yaitu mengetahui peluang dan tantangan perusahaan. Menurut Kotler Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunity, Threats) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal. Strengths (kekuatan) merupakan kekuatan poin internal dan eksternal dari perusahaan, Weakness (kelemahan) merupakan faktor negatif yang mengurangi kekuatan perusahaan, Opportunities (peluang) faktor yang mempengaruhi lingkungan bisnis yang berkontribusi pada kesuksesan perusahaan, dan Threats (ancaman) merupakan faktor ancaman yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan. Matriks SWOT adalah Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis organisasi. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki.⁶

Analisis data yang digunakan yaitu *Matriks Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) merupakan suatu alat analisis yang menyediakan kondisi

⁵ Yuni Septiani, Edo Arribe, & Risnal Diansyah, "Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual", *Jurnal Teknologi dan Open Source*, Vol. 3 No. 1 (Juni, 2020), 133.

⁶ Haerawan, Yulius Here Magang, "Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Alat Rumah Tangga di PT Impressindo Karya Steel Jakarta-Pusat", *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 5 No. 2 (Maret 2019), 176-177.

internal perusahaan untuk dapat menentukan faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan, dan *Matriks Eksternal Analysis Summary* (EFAS) adalah suatu alat analisis yang menyediakan kondisi eksternal perusahaan untuk dapat menentukan faktor peluang dan ancaman yang dimiliki oleh suatu perusahaan.⁷ Matriks IFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor internal pada Industri Logam Rapi. Nilai total yang dibobot pada matriks ini merupakan hasil penjumlahan total dari perkalian bobot dan rating masing-masing faktor strategi internal Industri Logam Rapi. Matriks EFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor eksternal pada Industri Logam Rapi dan rating masing-masing faktor strategi eksternal Industri Logam Rapi.⁸

Industri logam merupakan industri yang berkembang pesat di Indonesia. Industri Logam Rapi yang berada di Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung ini termasuk industri yang bergerak dalam sektor peralatan rumah tangga yang memproduksi hanger (gantungan baju), kastok, gesper sabuk, penjepit tikus, tungku kompor, parutan, serok, telenan kayu, dan lain-lain. Industri logam rapi cukup terkenal di Desa Ngunut, pemasarannya pun sudah sampai ke luar kota, industri ini mendistribusikan ke kota-kota besar seperti Malang, Surabaya, Klaten, Yogyakarta, dan Solo. Keunikan dari Industri Logam Rapi tersebut yakni perusahaan mampu berdiri di Desa Ngunut yang terbilang kecil. Selain itu, keanehan yang dimiliki perusahaan yaitu produk dan branding kurang begitu terkenal di desa nya sendiri, hanya

⁷ Putri Bintang Mutiara, "Analisis Matriks IFAS Dan EFAS PT Unilever TBK Pada Pandemi Covid -19 ", *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, Vol. 14 No. 02 (Agustus 2021), 364.

⁸ *Ibid.*, hal 365-367.

sebagian orang saja yang tau dengan produk dari Logam Rapi, namun dibalik keanehan tersebut mereka justru mampu memasarkan produk hingga ke luar kota.

Saat ini perusahaan menggunakan strategi pemasaran dengan cara melakukan strategi *digital marketing* dan strategi *word of mouth* (dari mulut ke mulut), melakukan pemasaran melalui media sosial seperti whatsapp, tokopedia, shopee, lazada, bukalapak, dan blibli. Namun di sebagian *market place* tersebut jarang aktif digunakan untuk pemasaran. Industri logam rapi selalu melakukan perbaikan kualitas produk dan mengoptimalkan pemasaran dengan menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan.

Dengan diadakannya analisis SWOT guna meningkatkan penjualan membantu pengusaha untuk menghindari kerugian, memperluas jaringan untuk membangun relasi bisnis, mengatasi masalah-masalah *internal* perusahaan, menganalisa keuangan perusahaan, serta dapat berinovasi dan mengembangkan perusahaan.

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Industri Logam Rapi Di Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka penelitian memfokuskan penelitian ini pada beberapa pertanyaan yaitu :

1. Bagaimana analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada industri Industri Logam Rapi?
2. Bagaimana rekomendasi strategi yang didapat dari hasil analisis SWOT dalam meningkatkan penjualan pada Industri Logam Rapi yang berada di Desa Ngunut Kabupaten Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui keefektifan penggunaan analisis SWOT dalam meningkatkan penjualan pada Industri Logam Rapi di Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mengetahui hasil rekomendasi strategi yang didapat dari analisis SWOT yang cocok diterapkan pada industri logam rapi untuk meningkatkan penjualan.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini memiliki beberapa manfaat diantaranya dapat membantu untuk mengembangkan teori yang ada atau menciptakan teori baru dalam bidang pengetahuan, hal ini dapat memahami fenomena yang kompleks dan memberikan dasar untuk penelitian lebih lanjut. Selain itu bisa membantu mendalami pemahaman tentang suatu konsep, ide, atau paradigma. Teori-teori yang dikembangkan melalui penelitian teoritis dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang kompleks dalam berbagai bidang dan dapat menginspirasi peneliti lain untuk menjelajahi serta mengembangkan ide-

ide baru, dengan demikian hal ini dapat mendorong inovasi dan perkembangan pengetahuan dalam suatu bidang.

2. Secara Praktis

a. Bagi Industri Logam Rapi

Memberikan masukan berupa saran-saran untuk perusahaan guna meningkatkan penjualan serta menyempurnakan strategi penjualan yang sudah diterapkan.

b. Bagi Akademik

Bagi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, diharapkan hasil penelitian ini berguna sebagai bahan referensi untuk pengembangan lembaga dan berguna sebagai bahan penelitian lebih lanjut mengenai ilmu ekonomi dan bisnis.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan referensi untuk penelitian selanjutnya, dengan tema permasalahan yang sama yaitu analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan.

E. Penegasan Istilah

Penegasan istilah bermanfaat untuk menjelaskan konsep-konsep pokok di dalam penelitian, dengan menegaskan istilah-istilah dalam penelitian para pembaca akan paham tentang arti dari istilah tersebut, hal ini dapat mengurangi resiko kebingungan bagi para pembaca. Penegasan istilah sangat dibutuhkan dalam penelitian karena untuk menghindari perbedaan atau makna yang kurang jelas. Berikut adalah penegasan istilah dalam penelitian

yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Industri Logam Rapi Di Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung, berikut penjelasan penegasan istilah :

1. Secara Konseptual

a. Strategi

Definisi strategi menurut Quinn mengartikan strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Sedangkan menurut Marrus strategi diartikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Dari kedua pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan.⁹

b. Pemasaran

Arti dari pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan produk atau layanan mereka kepada pelanggan atau pasar target. Tujuan utama pemasaran yaitu untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan keinginan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan yang ditawarkan,

⁹ Eris Juliansyah, "Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi", *Jurnal Ekonomak*, Vol. 3 No.2 (Agustus 2017), hlm. 21.

sehingga perusahaan dapat memperoleh pencapaian penjualan yang menguntungkan. Pemasaran melibatkan berbagai strategi dan teknik, termasuk periklanan, promosi, penelitian pasar, manajemen merek, dan banyak yang lainnya. Selain itu pemasaran juga bertujuan untuk mengembangkan bisnis dalam suatu perusahaan.

Menurut Stanton Pemasaran merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.¹⁰

c. Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan oleh kedua belah pihak atau lebih yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, proses penjualan melibatkan interaksi antara penjual dan pelanggan dimana penjual berupaya untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, memberikan informasi tentang produk atau jasa, membangun hubungan dengan pelanggan dengan cara meyakinkan pelanggan, dan membantu pelanggan membuat keputusan pembelian. Tujuan penjualan adalah menciptakan nilai bagi pelanggan sambil memperoleh keuntungan dari barang atau produk yang dijual, penjualan bisa saja dikembangkan menjadi lebih besar guna memperoleh keuntungan yang lebih besar lagi.

¹⁰ Esterlina Hutabarat, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria FU Pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan", *Jurnal Ilmiah Methonomi*, Vol. 3 No.1 (2017), hlm. 113.

Definisi penjualan menurut Basu Swastha DH, penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain.¹¹

d. Industri

Industri merupakan sektor ekonomi yang berfokus pada produksi barang atau jasa dalam jumlah besar dengan menggunakan mesin, tenaga kerja, dan teknologi. Aktivitas yang dilakukan industri umumnya melakukan kegiatan manufaktur, pertambangan serta banyak lainnya. Industri sangat berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara, menciptakan lapangan kerja, dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan menyediakan berbagai macam produk dan layanan. Industri juga dapat dibagi menjadi beberapa sektor seperti industri manufaktur, industri pertanian, dan sektor jasa, sesuai dengan jenis produk yang dihasilkan. Atau singkatnya industri adalah sekumpulan usaha-usaha yang sejenis dalam menghasilkan produksi barang maupun jasa. Adapun pengertian industri menurut para ahli yaitu sebagai berikut:

Menurut George T Renner, industri adalah semua kegiatan manusia dalam bidang ekonomi yang produktif atau menghasilkan barang dan uang. Menurut I Made Sandi, industri merupakan usaha

¹¹ Indra Sasangka, Rahmat Rusyadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market Minimart 90 Bandung", *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, Vol. 2 No.1 (2018), hlm. 134.

untuk memproduksi barang jadi dengan bahan baku atau bahan mentah melalui proses produksi penggarapan dalam jumlah besar sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi-tingginya.¹²

2. Secara Operasional

Secara Operasional merujuk pada proses mendefinisikan dan mengukur suatu konsep atau istilah dengan cara yang konkret dan terukur. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa semua orang dapat memahami tentang strategi pemasaran yang dilakukan pada Industri Logam Rapi yang berada di Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memperoleh penjelasan dari skripsi, penulis memberikan gambaran secara garis besar masing-masing bab secara keseluruhan, skripsi ini terbagi dari enam bab terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini merupakan penjabaran dasar teori yang digunakan adapun sub bab dalam teori ini yaitu memuat penjabaran dasar teori strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan, dan mengkaji teori penelitian

¹² Foengsitanojo Trisantoso Julianto, Suparno, "Analisis Pengaruh Jumlah Industri Besar Dan Upah Minimum Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Surabaya", *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol. 1 No. 2 (2016), hlm. 231.

terdahulu untuk kemudian disimpulkan dengan teori baru dari masalah yang diambil.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Penelitian menjelaskan secara mendetail mengenai gambaran umum objek penelitian, analisis data, dan temuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Memuat tentang bagaimana analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Industri Logam Rapi, serta untuk mengetahui hasil strategi yang didapat dari analisis SWOT untuk meningkatkan penjualan pada Industri Logam Rapi.

BAB VI PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran. Penulis membuat kesimpulan dari hasil analisis kemudian saran atau masukan mengenai sesuatu hal yang berguna demi kemajuan Perusahaan.