

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah bekerja dengan pasar untuk melakukan pertukaran untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan dan keinginan orang banyak. Proses pertukaran merupakan suatu kegiatan. Penjual harus mencari pembeli, mengidentifikasi kebutuhan mereka, mempromosikan produk kepada mereka, memajang dan mengantarkan produk dan menetapkan harga produk.¹ Pemasaran mempunyai andil yang besar dalam sebuah kesuksesan sebuah perusahaan, karena dengan adanya kegiatan pemasaran ini sebuah produk bisa dikenal dan dekat dengan para konsumen.

Dunia bisnis yang persaingannya semakin ketat diantara pelaku bisnis menjadikan para pengusaha harus semakin pintar dalam strategi pemasaran perusahaan. Untuk mencapai tujuan dari pemasaran itu sendiri yaitu diantaranya adalah untuk memahami pasar dan konsumen, menghasilkan produk yang sesuai dengan pasar, untuk menjadikan popularitas terhadap produk itu sendiri, dan membuat citra yang baik untuk sebuah produk.

Dalam dunia bisnis, pasti akan ada persaingan antara sesama pelaku bisnis, hal tersebut sangat wajar dan penting untuk

¹ Simamora Bilson, "*Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal.7

keberlangsungan sebuah bisnis tersebut. Kita sebagai umat muslim harus mengetahui bagaimana cara bersaing yang benar dan sehat serta dibenarkan oleh agama Islam. Islam sendiri telah mengajarkan kepada umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan dalam segala hal, begitupula dalam dunia bisnis sebuah persaingan adalah perkara yang sangat wajar dihadapi oleh seorang pebisnis, namun walaupun dalam sebuah persaingan jangan sampai ada pihak yang merasa dirugikan.

Walaupun saat ini dalam keadaan persaingan yang ketat antara pelaku bisnis, sebagai pebisnis muslim haruslah tetap mengerti batasan dan aturan sesuai koridor dari agama Islam. Dalam agama Islam sendiri pemasaran harus dilandaskan pada semangat beribadah kepada Allah SWT. dan berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan pribadi. Dengan begitu seorang pebisnis muslim tidak hanya mendapatkan keuntungan dunia saja melainkan juga mendapatkan keuntungan akhirat.

Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan dalam persaingan pemasaran. Hal tersebut sangat berguna untuk dapat mengenali bagaimana kondisi sebuah usaha, sehingga dapat mengambil dan memanfaatkan peluang yang ada serta dapat mengantisipasi serta meminimalisir ancaman. Oleh karena itu seorang pengusaha dalam menentukan strategi bersaing dan mengambil keputusan harus mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari perusahaannya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa keberlangsungan dan kesuksesan dari sebuah usaha adalah suatu hal yang tidak diperoleh dengan mudah, butuh analisis yang teliti dan benar, sehingga dalam menetapkan sebuah strategi perusahaan dibutuhkan banyak faktor yang harus dipertimbangkan dan dianalisis, sehingga akan menghasilkan keputusan yang tepat untuk keberlangsungan sebuah usaha.

Oleh karena itu kebanyakan seorang pengusaha akan menggunakan analisis SWOT untuk dapat mengarahkan analisis strategi dengan cara memfokuskan perhatian pada kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang merupakan hal yang kritis bagi keberhasilan perusahaan. Maka perlunya identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan melalui telaah terhadap lingkungan usaha dan potensi sumber daya perusahaan dalam menetapkan sasaran dan merumuskan strategi perusahaan yang realistis dalam mewujudkan misi dan visinya.

Faktor kekuatan dan kelemahan adalah faktor yang ada di dalam tubuh suatu organisasi, bisnis, atau sebuah perusahaan. Sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh sebuah organisasi, bisnis, atau perusahaan yang bersangkutan. Analisis “SWOT” dapat memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan memanfaatkan peluang dan sekaligus berperan sebagai alat untuk

meminimalisasi kelemahan yang dimiliki sebuah organisasi, bisnis maupun perusahaan dan dapat menekan dampak ancaman yang timbul.

Analisis SWOT ini bertujuan untuk membenarkan faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal yang telah dianalisis, sehingga perusahaan dapat berjalan baik sesuai rencana, perusahaan juga akan dapat mengetahui kelemahan sehingga dapat dirubah menjadi kekuatan, serta menghadapi ancaman dengan menjadikannya sebuah peluang. Dalam menganalisis faktor internal dan eksternal perusahaan sendiri banyak metode yang dapat digunakan, seperti dengan menggunakan matriks SPACE, matriks BCG, matriks IE, dan matriks IFAS EFAS. Dengan fungsi dan kegunaan yang berbeda pula pastinya.

Salah satu perusahaan yang menggunakan analisis faktor internal dan eksternal perusahaan adalah pada UD. Tenang di desa Selok Kecamatan Binangun Kabupaten Blitar, yaitu perusahaan yang memproduksi batako dan paving milik Bapak Sailan yang beralamatkan di RT.01 RW. 01 Dukuh Selok, Desa Binangun, Kecamatan Binangun, Kabupaten Blitar. Perusahaan ini berdiri dari tahun 1998 dan sampai saat ini semakin besar dan mempunyai beberapa cabang perusahaan

Usaha pembuatan batako milik Bapak Sailan ini merupakan usaha tertua yang ada di daerah Binangun, pasalnya beliau mulai memproduksi pada sekitar tahun 1998 dan belum ada usaha sejenis yang berdiri di daerah Binangun. Bapak Sailan memberanikan membuka usaha pembuatan batako sendiri setelah mendapatkan ilmu pulang merantau dari

Cirebon Jawa Barat, beliau bekerja di PT. Wijaya Karya. Sampai saat ini usaha pembuatan batako di Kecamatan Binangun sudah menjamur dan banyak berdiri.

Sampai saat ini UD. Tenang sudah mempunyai 5 cabang yang berdiri di daerah Blitar, Bapak Sailan membuka cabang perusahaan yang semuanya dijalankan oleh anak-anak beliau. Dari awalnya hanya memproduksi dengan proses manual sampai sekarang sudah menggunakan mesin press yang sudah sedikit modern dan sangat efektif untuk memproduksi batako dibandingkan menggunakan alat manual. Kekuatan yang dimiliki oleh UD.Tenang yang lain seperti perusahaan tetap menjaga kualitas produk, hal tersebut dapat dilihat dari harga yang lebih mahal dibandingkan dari produk batako yang lain disekitar UD.Tenang. ditambah peluang perusahaan seperti perkembangan teknologi yang semakin meningkat sehingga dapat dimanfaatkan untuk media pemasaran.

Kelemahan perusahaan seperti harga yang lebih mahal dibandingkan harga produk disekitar perusahaan, serta mesin press yang sering mengalami kerusakan kemudian ancaman eksternal perusahaan seperti banyaknya pesaing dari UD.Tenang serta inflasi yang terjadi harus ditangani dan dicari solusi yang tepat. Hal tersebut dapat dicari solusi dengan perhitungan dengan analisis SWOT yang akan menganalisis dari segi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh UD. Tenang.

Saat ini usaha pembuatan batako sudah menjamur di Blitar khususnya di Binangun, sehingga terjadi persaingan sangat ketat di pasar. Untuk tetap mempertahankan eksistensi perusahaan UD. Tenang harus mempunyai strategi perusahaan yang baik dan tepat. Sebuah perusahaan harus mengetahui kelemahan dan ancaman, memanfaatkan peluang serta mempertahankan kekuatan. Jadi, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan juga dengan strategi para pesaing. Dengan begitu menganalisis sebuah kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan memberikan peran yang besar terhadap keberlangsungan sebuah perusahaan. Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Keuntungan Pada Usaha Dagang Tenang Binangun Blitar Dengan Perspektif Syariah”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan batasan masalah pada penelitian kualitatif. Dari uraian konteks penelitian, maka penelitian ini rumusan masalah yang merupakan faktor tersebut adalah:

1. Bagaimana analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan keuntungan pada UD.Tenang Binangun, Blitar?
2. Bagaimana penerapan strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh UD. Tenang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada fokus penelitian diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT (Strenght, Weaknesses, Opportunities, Threats) dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan keuntungan pada UD.Tenang Binangun, Blitar.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa strategi pemasaran syariah yang digunakan oleh UD. Tenang.

D. Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini adalah untuk menghindari tidak terkendalinya bahasan masalah yang berlebihan pada studi ini. Tujuannya yaitu membahas masalah yang ada dalam rumusan masalah agar tidak keluar dari jalur dari pembahasan ini. Oleh karena itu dibutuhkan adanya batasan dalam penelitian. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah terfokus pada strategi pemasaran dengan analisis SWOT untuk meningkatkan keuntungan pada Usaha Dagang Tenang, di Binangun Blitar dengan perspektif syariah.

E. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Sebagai sumbangan pemikiran maupun sumbangsih berupa wacana terkait dengan analisis SWOT untuk menentukan strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademik

Penelitian ini bisa dijadikan salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya mengenai penerapan analisis SWOT untuk menentukan strategi pemasaran guna meningkatkan keuntungan dalam sebuah perusahaan.

b. Bagi Instansi

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi kontribusi dan manfaat bagi perusahaan, agar dapat mengambil keputusan serta merumuskan strategi usaha dengan menggunakan analisis SWOT, sehingga dapat digunakan untuk menentukan keputusan demi kemajuan usahanya.

c. Bagi Pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan dan penambahan wawasan tentang analisis SWOT dan penerapannya dalam menentukan sebuah keputusan.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Kata analisis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antarbagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.²

Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman atau SWOT menurut Freddy Rangkuti adalah identifikasi berbagai faktor untuk

² KBBI Daring diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id>

merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*), dan ancaman (*Threats*).

- d. Kekuatan (*Strengths*) adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut, berupa apa saja yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat diandalkan, atau kekuatan untuk bersaing dengan pesaing yang ada.
- e. Kelemahan (*Weakness*) adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumberdaya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi.
- f. Peluang (*Opportunities*) adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, serta kecenderungan-kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang.
- g. Ancaman (*Threats*) adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan, jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang atau masa yang akan datang.³

Strategi menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Menurut Chandler dalam buku Analisis SWOT

³ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hal. 18.

Teknik Membedah Kasus Bisnis menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut⁴.

Pemasaran adalah proses sosial dan ,manajerial yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk memperoleh yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.⁵

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul skripsi. Definisi operasional sendiri merupakan pengertian menurut peneliti.

Dalam penelitian ini secara operasional dapat dikatakan bahwa menerapkan model penelitian analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman atau SWOT untuk mengetahui strategi pemasaran pada UD. TENANG guna meningkatkan keuntungan. Analisis SWOT adalah menganalisis faktor-faktor dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan. Dengan begitu perusahaan akan dapat menentukan keputusan dan kebijakan perusahaan dengan tepat.

⁴ *Ibid*, hal.19

⁵ Muhammad Suyanto, “*Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*”, (yogyakarta: Andi, 2004), hal.1

G. Sitematika Penulisan

Dalam penulisan proposal ini, penulis menggunakan pedoman skripsi IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Tulungagung. Untuk mempermudah pemahaman, maka penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan buku pedoman skripsi. Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian.

Bagian awal berisi tentang halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan dosen pembimbing, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi, dan abstrak. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu:

- BAB I** Pendahuluan, terdiri dari latar belakang pemilihan judul, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.
- BAB II** Landasan Teori, membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, penelitian terdahulu dan paradigma penelitian.
- BAB III** Metodologi Penelitian, yaitu merupakan pembahasan teknik yang dipakai untuk melakukan penelitian. Bab ini terdiri dari dari rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisa data, pengecekan

keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

- BAB IV Hasil Penelitian. Hasil penelitian ini berisi tentang penjabaran hasil-hasil temuan dan data yang ditemukan saat melakukan penelitian. Bab ini terdiri atas diskripsi data, temuan penelitian, dan analisis data.
- BAB V Pembahasan penelitian terdiri dari bahasan data yang telah diuji dan didukung oleh sumber-sumber yang menguatkan.
- BAB VI Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.