

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dibidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing. Di tengah ketatnya persaingan secara global yang mengacu kepada pesaing yang berkembang saat ini, diharuskan mempunyai kreatifitas dan inovasi dalam menjalankan bisnis sehingga tidak tertinggal dengan pesaing lain. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka.

Untuk menghadapi persaingan, pelaku bisnis membutuhkan suatu strategi yang terjadi yang dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan mampu bertindak proaktif atau inovatif untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing dapat dilakukan antara lain dengan menempatkan strategi bisnis yang tepat.

Agar pesaing kecil yang baru datang yang baru saja melakukan usaha walet tidak merugikan kita, karena adanya permainan harga yang mengakibatkan, harga walet tersebut fluktuatif, dan menghindari persaingan dengan cara yang tidak sehat.

Maka dari itu kita pengusaha walet melakukan beberapa strategi yang nantinya, dapat menambahkan profit kedepan dan dapat menambahkan konsumen yang selalu menetap.

Salah satu strategi bisnis yang bisa dilakukan adalah melakukan strategi pemasaran, yaitu senjata utama dalam kegiatan bisnis dapat berjalan sesuai dengan rencana. Pemasaran

memiliki peran penting dalam kegiatan bisnis, karena itulah strategi pemasaran yang telah ditetapkan harus menarik konsumen agar bersedia membeli produk yang ditawarkan.

Strategi pemasaran yang efektif salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau akan lebih baik bila dapat meningkat dari bulan ke bulan atau tahun ke tahun sesuai dengan kuantitas/ kualitas produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan. Dalam hal ini pihak manajemen harus membuat suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada dan berusaha mengurangi dampak ancaman yang ada menjadi suatu kesempatan atau peluang. Kreativitas strategi penting dilakukan bila dihubungkan dengan tingkat inovasi pada umumnya agar tercipta perencanaan strategi yang mampu mengembangkan kreativitas imajinasi konsep strategi kedalam langkah- langkah prosedur penerapan program strategi bisnis.

Kemudian adanya strategi sumber daya manusia, yaitu mengembangkan dan mempertahankan karyawan dalam menjalankan aktifitas yang diperlukan untuk memenuhi tujuan bisnis. Strategi ini adalah untuk memenuhi kebutuhan masing-masing karyawan dengan memberikan kompensasi agar mereka termotivasi dalam melakukan pekerjaannya, selain itu manajer harus mampu mengelola unsur manusia secara baik agar memperoleh tenaga kerja yang mencintai dan merasa puas akan pekerjaannya.

Dalam menentukan tempat usaha, pelaku bisnis dituntut dapat melakukan analisis yang menguntungkan kegiatan bisnisnya. Analisis SWOT (*strenght, weaknesses, opportunities, threats*) dapat membantu para pelaku bisnis untuk menganalisa bagaimana strategi bisnisnya harus dijalankan. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat

memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Pelaku bisnis harus dapat menentukan *strenght* atau kekuatan mereka agar dapat dijadikan kunci dalam menjalankan bisnisnya, *weaknesses* atau kelemahan adalah hal yang harus diwaspadai pelaku bisnis agar tidak mudah terbaca oleh para pesaing. Setiap kegiatan bisnis pasti memiliki kelemahan dan hal inilah yang harus diminimalisir agar tidak menjadi halangan dikemudian hari, bagi para pelaku bisnis juga akan memiliki peluang atau *opportunities* dalam usahanya. Jika peluang tersebut didapat maka pelaku bisnis dapat segera memanfaatkan peluang tersebut untuk menarik minat konsumen ke pesaing yang ada disekitar lokasi kegiatan bisnis.

Untuk meneliti strategi bisnis yang dilakukan dan untuk mencapai pada kesimpulan SWOT pada penulisan ini maka penulis menggunakan dasar-dasar strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran guna meneliti mana unsur yang menjadi tolak ukur dan kekuatan pada perusahaan tersebut.

Bauran pemasaran terdiri atas segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Segala sesuatu itu dikelompokkan menjadi tujuh kelompok variable yang dikenal dengan "7P" *product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process* (produk, harga, distribusi, promosi, orang, sarana fisik dan proses). Dari keempat unsur tersebut akan dikaji dan akan diteruskan pada suatu hasil dan kesimpulan pada SWOT PT Walet Jaya yang berada di Jl Graha Indah Bk AB, Kalimantan Timur Samarinda. PT. Walet Jaya adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi walet.

Perusahaan ini merupakan industri penghasil walet. Habitat atau kumpulan komunitas Burung walet ternyata hanya ditemui di lingkup Asia Tenggara mereka (burung walet) banyak sekali dijumpai di Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, Brunei Darussalam, Kamboja, dan Laos, Burung Walet tidak ditemui di negara Eropa, Amerika, ataupun di benua Afrika. Hal ini dikarenakan syarat mutlak dari perkembangan biakan burung walet ternyata harus di daerah yang beriklim tropis dengan curah hujan yang tinggi karena berpengaruh dengan unsur kelembapan sebagai faktor berkembang biaknya habitat spesies atau populasi dari burung walet.

Grafik 1.1 Perkembangan Pendapatan PT Walet Jaya dalam 5 bulan terakhir : Agustus 2018 – Desember 2018.



Sumber :PT Walet Jaya , 2019

Di lihat berdasarkan data diatas, pendapatan PT Walet Jaya ada pada kondisi fluktuasi. Yang akan menjadi latar belakang dalam penelitian ini adalah PT Walet Jaya merupakan salah

satu tempat usaha yang berdiri sejak tahun 2016 dan memiliki kemampuan bersaing yang baik dibanding dengan usaha walet yang berada di Kalimantan hingga Jawa. Dengan banyaknya anak buah yang dipekerjakan di berbagai wilayah di Kalimantan maka dapat bersaing dengan hasil barang yang didapat dari petani dengan kualitas yang terbaik.

Untuk itu kemampuan dalam meningkatkan kepuasan konsumen secara terus menerus merupakan syarat mutlak bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Maka PT Walet Jaya menghasilkan sarang burung dengan harga, kualitas, produk yang terbaik.

Melihat banyaknya perusahaan walet yang terus bermunculan di daerah Kalimantan menimbulkan banyaknya persaingan, maka PT Walet Jaya melakukan perbaikan dan penyusunan strategi yang signifikan guna meningkatkan kepuasan dan kebyakan konsumen.

Berdasarkan data diatas maka dapat diajukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pada PT Walet Jaya Di Samarinda”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat di tarik rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh PT Walet Jaya dengan menggunakan analisis SWOT?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan Penelitian adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang dilakukan PT Walet Jaya yang berada di Jl Graha Indah Blok AB, Kalimantan Timur Samarinda.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Secara Teoritis**

Penelitian ini di harapkan bisa menjadi referensi penelitian selanjutnya khususnya Ilmu Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang meliputi analisis SWOT. Penelitian ini di harapkan dapat memberi sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

### **1.4.2 Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk meninjau kembali apa yang harus dilakukan dalam mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Walet Jaya yang berada di Jl. Graha Indah Blok AB, Kalimantan Timur Samarinda melalui Analisis SWOT. Yang pada akhirnya sebagai masukan atau pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya, serta referensi dalam pengambilan keputusan bisnis.