

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Pemilihan Judul

Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan di era modern yang sangat pesat ini, tidak menutup kemungkinan sebuah perusahaan akan menghadapi persaingan yang ketat dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama, yang akan menimbulkan semakin tajamnya persaingan. Dengan kondisi tersebut perusahaan hendaknya mengerti bahwa dengan adanya persaingan tersebut memungkinkan sebuah perusahaan sangat berat membangun reputasi. Upaya yang dapat dilakukan perusahaan agar tetap mampu bersaing yaitu dengan mengelola perusahaannya dengan baik sehingga perusahaan mampu mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke perusahaan lain. Perusahaan harus mampu memahami dan memenuhi berbagai produk yang di inginkan dan dibutuhkan konsumen. Produk yang telah di buat harus diiringi dengan pemasaran yang baik, dengan pemasaran yang baik akan dapat meningkatkan penjualan sebuah produk, sehingga perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal, namun jika dalam pemasaran produk kurang baik maka perusahaan akan mengalami kerugian karena penurunan pendapatan yang diterima. Untuk mengatasi masalah-masalah yang terjadi pada sebuah perusahaan, perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik.

Perkembangan bisnis di bidang jasa di Indonesia semakin kompleks. Situasi ini menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan, baik karena persaingan yang semakin ketat, pengguna jasa yang semakin meningkat dan cepatnya perkembangan teknologi. Berdasarkan kondisi tersebut, perusahaan membutuhkan strategi agar dapat bertahan dan mampu bersaing. Strategi yang dikembangkan oleh perusahaan memiliki pengaruh besar pada keberhasilan atau kegagalan

perusahaan dan kebangkrutan atau kelangsungan hidup perusahaan di pasar (Joana, 2009:59). Strategi adalah kerangka kerja atas segala sesuatu yang penting, seperti Kewirausahaan, Kompetisi dan Fungsional akan dilaksanakan untuk mewujudkan tujuan perusahaan dan mendapatkan kesuksesan yang berkesinambungan (Nedela dan L.A., 2009:59). Strategi dapat diartikan sebagai prosesi perusahaan dalam jangka panjang yang menciptakan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang Pengelolaan sumber daya. Untuk menciptakan keuntungan jangka panjang, perusahaan harus mampu menjaga hubungan yang baik antar konsumen, sehingga tercipta loyalitas kepada konsumen itu sendiri (Yasar, 2010:59).

Berbagai bisnis di Kota Palembang sudah sangat luas mulai dari bisnis barang dan jasa. Salah satunya adalah usaha percetakan. Percetakan merupakan sekumpulan orang yang melakukan kegiatan yang diselenggarakan dengan menggunakan berbagai macam peralatan untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan yang disebut percetakan (Wasono & Bowo, 2008:577). Dalam hal ini Percetakan Mulia Wahyu Pratama merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kegiatan cetak yang ada di kota Palembang lebih tepatnya beralamat di Jl. Kapten Cek Syeh NO. 177, 18 Ilir, Kec. Ilir Timur I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30121. Percetakan Mulia Wahyu Pratama adalah bisnis yang menawarkan barang seperti pemasangan baliho, Neon Box, papan nama toko, merk, tenda promosi, cetak banner, *sticker*, plakat, dan segala jenis cetakan lainnya.

Penerapan Strategi Pemasaran yang digunakan Percetakan Mulia Wahyu Pratama adalah dengan cara memasarkan produknya dari mulut ke mulut serta memanfaatkan media sosial berupa aplikasi media sosial seperti Instagram. Pada *Instagram* nama akun IG Percetakan Mulia Wahyu Pratama adalah percetakan_mwp tujuannya untuk mengunggah jenis-jenis barang yang dijual dan menarik minat calon konsumen untuk berkunjung

Berdasarkan fenomena diatas, dalam lingkup 7P yang merupakan pokok utama dalam dunia bisnis, Percetakan Mulia Wahyu Pratama memiliki semua faktor yang termasuk dalam 7P tersebut. 7P ialah product,

place, promotion, price, people, physical evidence, dan process. Dalam faktor 7P tersebut, juga dapat ditinjau dengan analisa berdasarkan SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, dan Threat*).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT Pada Percetakan Mulia Wahyu Pratama”**

1.2. Perumusan Masalah

Setiap menjalankan kegiatan, perusahaan tidak luput dari berbagai macam permasalahan. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, penulis mengambil pokok masalah yang akan dibahas adalah “Bagaimana analisis strategi pemasaran Percetakan Mulia Wahyu Pratama dengan menggunakan metode SWOT?”

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, agar penulisan laporan akhir ini terarah dan tidak menyimpang, maka penulis membatasi pembahasan pada: analisis SWOT pada Percetakan Mulia Wahyu Pratama.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian laporan akhir ini yaitu untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran Percetakan Mulia Wahyu Pratama menggunakan analisis SWOT.

1.4.2. Manfaat Penelitian

a. Aspek Teoritis

Laporan ini dapat dijadikan sebagai bahan untuk memperluas wawasan khususnya dalam bidang pemasaran yang berkaitan dengan analisis SWOT.

b. Aspek Praktis

Laporan ini dapat dijadikan salah satu bahan masukan atau saran bagi perusahaan dalam memberikan informasi yang berguna tentang strategi pemasaran Percetakan Mulia Wahyu Pratama.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam laporan akhir ini penulis melakukan penelitian pada Percetakan Mulia Wahyu Pratama Palembang, yang beralamat di Jl. Kapten Cek Syeh NO. 177, 18 Ilir, Kec. Ilir Timur I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30121. Maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu Strategi Pemasaran Pada Percetakan Mulia Wahyu Pratama Palembang.

1.5.2. Jenis Dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini yang digunakan yaitu:

a. Jenis Data

Jenis data ada 2 (dua) yaitu Kualitatif dan Kuantitatif menurut Yusi dan Idris (2016) sebagai berikut:

1. Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka).

2. Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik (angka).

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan jenis data kualitatif dan kuantitatif karena data yang diperlukan tidak dapat diukur dalam skala numerik dan data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka), hanya untuk mengetahui bagaimana Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT Pada Percetakan Mulia Wahyu Pratama.

b. Sumber Data

Dalam penulisan laporan akhir, penulis menggunakan dua macam cara yaitu data primer maupun data sekunder. Menurut Bougie (2017:130) sumber data ada dua, antara lain:

1. Data Primer

Data Primer (primary data) mengacu pada informasi yang diperoleh langsung dari tangan pertama, oleh peneliti terkait dengan variabel berkaitan untuk tujuan tertentu dari studi.

2. Data Sekunder

Data Sekunder (secondary data) mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber literature yang sudah ada, seperti buku, jurnal atau skripsi.

1.5.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data terpenting dari sebuah penelitian yaitu pengumpulan data, pengumpulan data diperoleh dari proses pengadaan data karena itu akan mustahil peneliti dapat menghasilkan temuan apabila tidak memperoleh data. Teknik pengumpulan data Menurut Riduwan (Tanujaya, 2017:93), proses pengumpulan data penulisan Laporan Akhir pada Percetakan Mulia Wahyu Pratama adalah dengan menggunakan beberapa metode, antara lain:

a. Riset Lapangan (*Field Research*)

1. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengetahui atau melengkapi data guna memperoleh data yang akurat dan sumber data yang tepat. Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai 1 orang informan. Pada penulisan ini pihak tersebut adalah pemilik Percetakan Mulia Wahyu Pratama.

2. Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan. Pengamatan dilakukan dengan cara mengamati dan

mendokumentasi data yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas. Penulis mengamati langsung keadaan yang ada dan terjadi pada usaha Percetakan Mulia Wahyu Pratama.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab, Penulis membagikan secara langsung kuesioner kepada responden Percetakan Mulia Wahyu Pratama.

1.5.4. Analisa Data

Dalam Penulisan Laporan Akhir ini, penulis menggunakan analisa data kuantitatif dan kualitatif.

a. Metode Kualitatif

Menurut Sugiyono (2018:9) metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*. Dalam hal ini penulis memilih metode kualitatif dengan wawancara dan observasi pada tempat penelitian secara langsung.

b. Metode Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2018:18) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.