BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri kulit merupakan industri di jepara yang penting dalam produksi mebelatau *furniture,*Pesatnya perkembangan dunia usaha serta semakin kompleksnya sistem perekonomian dewasa ini menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami tantangan dalam menjual produknya di pasar. Munculnya persaingan-persaingan diantara produsen dalam memasarkan produk mereka ke pasaran merupakan persoalan yang mutlak dan merupakan tantangan yang tidak dapat dihindarkan oleh pimpinan perusahaan.(Atmaja, 2019)

Gambar 1.1 CV. Aneka Kulit

CV. Aneka Kulit adalah salah satu produsen yang bergerak di bidang kulit sapi dan kulit hewan lainnya. CV. Aneka Kulit yang terletak di Tahunan Jepara, Jawa Tengah sudah berdiri selama 11 tahun. Aneka Kulit termasuk perusahaan yang sangat di kenal di kalangan industri *furniture* di Jepara. CV ini memproduksi barang barang furniture seperti kursi,sofa,sandaran dipan, figura. Dalam sehari bisa memproduksi kulit hingga 20 lembar untuk digunakan sebagai kursi atau sofa ekspor maupun dalam negri sendiri.

Awal berdirinya CV.Aneka Kulit pemasaran menggunakan dari mulut ke mulut seiring berjalan nya waktu pada tahun 2015 CV. Aneka kulit mempunyai web dan instagram untuk memperkenalkan produk.Web tersebut sudah tidak di update lagi dan instagram masih aktif. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberi ide/masukan untuk meningkatkan penjualan.

Pada masa perekonomian saat ini persaingan antar perusahaan akan lebih dituntut untuk mengembangkan usahanya agar menjadi lebih baik untuk waktu yang akan datang. Mengembangkan usahanya tersebut dibutuhkan aktivitas pada bidang operasional, pemasaran, keuangan secara baik agar perusahaan tersebut mencapai tujuan dan target perusahaan. Dunia bisnis di Indonesia memiliki banyak persaingan dalam usaha. Keadaan tersebut memaksa pengelola usaha untuk lebih baik dalam merencanakan strategi-strategi agar tetap mampu bertahan di dalam pasar dengan cara memperhatikan perubahan-perubahan lingkungan.

Strategi pemasaran sangat erat kaitannya dengan faktor lingkungan perusahaan, maka CV. Aneka Kulit perlu memperhatikan aspek lingkungan. Hal ini akan membuat perusahaan harus menjalankan operasionalnya secara efektif dan efisien dalam bidang pemasaran. Instrumen ini akan membantu memperkirakan cara terbaik untuk menentukan suatu strategi dan hal apa yang perlu diperhatikan dalam menjalankan strategi tersebut. CV. Aneka Kulit juga harus membuat analisis SWOT dengan menekankan pada kekuatan perusahaan untuk menutupi kelemahan serta menggunakan peluang-peluang yang terlihat dari analisis tersebut untuk menutupi ancaman dari segi eksternal. Analisis yang dilakukan CV.Aneka Kulit ini nantinya akan dapat melihat posisinya terhadap pesaing yang lain di usaha yang sama. Analisis ini juga dapat dirumuskan untuk melakukan strategi memenangkan pasar.Berikut data penjualan CV.Aneka Kulit.

Tabel 1.1 Data Penjualan CV.Aneka Kulit Selama 6 Bulan Tahun 2019

NO	Kategori	Januari (Juta)	Februari (Juta)	Maret (Juta)	April (Juta)	Mei (Juta)	Juni (Juta)
1	Kursi	350	340	350	310	300	300
2	Meja	20	20	15	15	15	5
3	Lembaran Kulit	50	20	25	50	15	5
Total		420	390	380	375	340	310

Dapat di lihat penjualan pada aneka kulit mengalami penurunan pada 6 bulan,Penurunan penjulan tersebut disebabkan beberapa faktor.

Setelah melakukan wawancara dengan Aryan Dwi Atmaja yang merupakan anak dari pemilik CV. Aneka kulit dan Bapak Narwan yang merupakan manager dari CV. Aneka kuit. Dampak penurunan tersebut disebabkan antara lain adanya mantan karyawan CV.Aneka kulit yang buka toko sendiri. Bisnis serupa atau sejenis merupakan tantangan bisnis yang nyata dan akan selalu ada hingga kapanpun.

Kurang memaksimalkan promosi,(Tjiptono, 2015) Menurut Tjiptono (2015, p.387) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.pada saat wawancara pemilik dan manager CV.Aneka kulit memang mengakui kurang dalam hal promosi, CV.Aneka kulit pernah ikut pameran di Jakarta yang di adakan pemerintah pada tahun 2012 itu hanya sekali dan promosi CV.Aneka Kulit hanya menggunakan dari mulut ke mulut.

Berdasarkan latar belakang diatas maka diperlukan strategi pemasaran.Untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat maka pemilik usaha harus mengetahui secara pasti kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh CV.Aneka Kulit. Selain itu pemilik usaha juga harus mengetahui peluang dari usaha yang dijalankan serta mampu untuk mengantisipasi berbagai macam ancaman yang dating dari lingkungan. Oleh karena itu metode SWOT merupakan metode yang sangat tepat untuk mengetahui faktor – factor internal maupun eksternal dari perusahaan sehingga mampu untuk mencipakan alternatif – alternatif strategi pemasan yang tepat untuk perusahaan.

Penggunaan metode SWOT akan memunculkan banyak alternatif – alternatif yang dapat digunakan untuk menentukan strategi pemasaran, namun jika terlalu banyak alternatif yang muncul perusahaan akan sulit untuk memilih alternatif mana yang paling sesuai untuk dijalankan. Oleh karena itu perlu adanya

metode AHP (Analytical Hierarchy Process) untuk menganalisa alternatif yang paling tepat dan sesuai untuk diterapkan pada perusahaan.

Berdasarkan hal di atas, peneliti menduga ada yang kurang pada strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV.Aneka kulit sehingga peneliti tertarik ingin mengetahui lebih jauh mengenai permasalahan yang dihadapi CV.Aneka kulit seputar perumusan dan penerapan strategi pemasaran.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, diatas maka dirumuskan permasalahan :

1. Apa saja faktor - faktor internal dan eksternal yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat pada CV.Aneka Kulit ?
2. Bagaimana merumuskan alternatif – alternatif strategi pemasaran pada CV.Aneka Kuit ?
3. Bagaimana menentukan alternatif terbaik yang akan digunakan sebagai strategi pemasaran CV.Aneka Kuit ?
4. Terjadi penurunan penjualan pada CV.Aneka Kuit.

1.3. Pembatasan Masalah

Agar persoalan pada penelitian ini tidak terlalu meluas, maka diperlukan batasan ruang lingkup sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di CV. Aneka Kulit.
2. Penelitian difokuskan pada sistem pemasaran CV. Aneka Kulit.
3. Penelitian menggunakan metode SWOT dan AHP.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dari penelitian ini yaitu:

1 Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal Sultan Agung Press yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat pada CV.Aneka Kulit.

2. Merumuskan strategi yang tepat sesuai kondisi internal dan eksternal yang dihadapi CV.Aneka Kulit.
3. Menentukan strategi terbaik yang akan digunakan sebagai strategi pemasaran CV.Aneka Kulit.
4. Meningkatkan penjualan pada CV.Aneka Kulit.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat utama dari penelitian ini adalah :

1. Memberikan wawasan kepada mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu – ilmu Teknik Industri pada perusahaan.
2. Memberikan pengetahuan bagi para mahasiswa khususnya Jurusan Teknik Industri mengenai strategi pemasaran.
3. Memberikan saran kepada perusahaan mengenai strategi pemasaran.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraiakan mengenai latar belakang permasaahan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan yang ingin dicapai, dan sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori berisi penjelasan tentang teori-teori pendukung yang digunakan penulis sebagai dasar pemikiran untuk membahas dan mencari penyelesaian atas permasalahan yang ada.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan obyek penelitian dan diagram alir langkah- langkah penulis dalam penelitian dan pemecahan masalah.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan data-data yang diperlukan berupa data dari hasil penelitian yang diperoleh dari perusahaan yang akan diolah dan digunakan untuk penerapan model penyelesaian masalah. Selain itu pada bab ini berisikan analisis terhadap

hasil pengolahan data yang telah dilakukan dan hubungannya terhadap tujuan penelitian yang diharapkan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang berasal dari data hasil analisa dan pembahasan dan saran yang dibuat berdasarkan pengalaman untuk penelitian.