

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan kerja semakin cepat, jadi perusahaan akan semakin mampu bersaing di bursa kerja untuk meraih tujuan yang sudah ditentukan agar tampil lebih unggul dari para pesaingnya, sehingga diperlukan perencanaan bisnis yang baik. Pahami tujuan perusahaan ini dan cara mencapainya. Perencanaan bisnis ialah cara yang baik dan tepat menggapai tujuan yang diinginkan perusahaan, selain itu perencanaan juga diperlukan untuk menganalisis pekerjaan yang dilakukan untuk menunjang keberhasilan suatu rencana bisnis yang disebut dengan analisis SWOT. (*Strength, Weakness, Opportunities and Threat*).

SWOT mengacu pada kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) serta halangan dalam menggapai tujuan (*Threats*). Analisis SWOT merupakan analisis yang tersusun dari analisis lingkungan mikro, tujuannya untuk mengidentifikasi kekuatan juga kelemahan perusahaan. dan analisis lingkungan makro (Prastiyo, Fathoni dan Djamaludin Malik 2015), tujuannya untuk mengidentifikasi peluang dan hambatan bagi perusahaan. Dengan analisis SWOT ini, kita dapat menciptakan pasar yang baik dengan melihat faktor internal dan eksternal perusahaan. Pemasaran ialah kegiatan merencanakan, menganalisis, melaksanakan, dan mengendalikan program terstruktur dalam penciptaan, pengembangan, dan penjagaan keuntungan dari perubahan atau transaksi melalui pasar sasaran dengan harapan memenuhi target jangka panjang organisasi (perusahaan) (Furyanah and Widodo 2017).

Sedangkan alterasi lingkungan positif yang timbul menunjang kelanjutan aktivitas perusahaan, sedangkan perubahan lingkungan negatif yang terjadi yakni terganggunya kelanjutan aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, menganalisis perubahan pada lingkungan sekitar perusahaan sangat penting, termasuk faktor internal juga eksternal. Faktor internal bisa menganalisa potensi dan kekurangan perusahaan serta menganalisis peluang dan ancaman perusahaan melalui faktor eksternal.

Persaingan yang ketat di pasar saat ini menyebabkan perusahaan menulis program baru untuk melindungi pelanggannya. Hal ini juga di lakukan sebagai subjek penelitian oleh UMKM Bordirdewe Surabaya, yakni suatu perusahaan yang berjalan dibidang industri fashion.

UMKM Bordirdewe Surabaya ialah Usaha Kecil Menengah yang bergerak dibidang *embroidery fashion* atau jasa bordir. Produk-produk yang dapat dihasilkan antara lain atribut (bet) seragam instansi pemerintahan, emblem, handuk, atribut seragam sekolah dan lain-lain. Namun, perusahaan ini lebih fokus di bidang bordir atribut instansi dinas karena UMKM Bordirdewe Surabaya banyak menerima pesanan dengan jenis bordir atribut dinas terutama atribut seragam POLRI. Promosi yang di lakukan UMKM Bordirdewe Surabaya ini melalui promosi *online* untuk mengenalkan produk-produk yang diproduksinya karena di jaman sekarang ini promosi *online* yang paling mudah diketahui oleh masyarakat dan dapat di lihat tanpa harus datang ke lokasi perusahaan.

Melihat tingginya perhatian Polri dan banyaknya kompetitor yang bekerja di bidang sejenis, maka diperlukan suatu inovasi strategi pemasaran yang harus di lakukan oleh UMKM Bordirdewe Surabaya agar dapat bersaing dengan baik dengan layanan atau produk yang mereka hasilkan.

menurut Tjiptono (2017: 228) menjelaskan : “Strategi pemasaran ialah suatu rencana yang menunjukkan perkiraan perusahaan mengenai akibat dari beraneka kegiatan atau ide pemasaran pada permintaan produk atau kelompok produk di pasar sasaran tertentu”. Strategi pemasaran ialah daya memasarkan satu produk, baik itu barang maupun jasa, dengan memakai rencana dan taktik tertentu untuk meningkatkan hasil penjualan..

Perumusan program pemasaran di lakukan setelah menentukan faktor didalam dan diluar perusahaan yang menyebabkan naiknya daya penjualan, serta perwujudannya didasarkan pada sifat pasar, jumlah dana, jenis produk dan umur pemakaian. masa barang. Untuk menyiapkan taktik marketing yang tepat, perusahaan hendak memeriksa pesaing saat ini dan calon pesaing. Perusahaan harus menentukan kekuatan, tujuan, strategi, kelemahan dan model tindakan pesaing. Dalam hubungannya dengan persaingan yang ketat, menuntut tiap perusahaan untuk berusaha mendudukan dirinya pada tempat bisnis yang kompetitif. Strategi persaingan tergantung pada ukuran dan lokasi tiap-tiap perusahaan di pasar. menyadari posisi perusahaan di pasar akan mempermudah perusahaan saat menjalankan aktivitas bisnisnya. Pentingnya posisi perusahaan dalam menetapkan langkah pemasaran mana yang akan diambil perusahaan agar dapat bersaing dengan kompetitor di bidang yang sama.

Awal mula UMKM Bordirdewe Surabaya ini berdiri pada tahun 2017 sebagai reseller atribut timbul POLRI. Setengah tahun berjalan, UMKM Bordirdewe Surabaya mampu membeli 1 unit mesin bordir *portable* untuk mengembangkan bisnis. Seiring berjalannya waktu dan melihat semakin tingginya minat dari para konsumen, maka UMKM Bordirdewe Surabaya berhasil menambah mesin bordir *portable* menjadi 3 unit hingga sekarang. UMKM Bordirdewe Surabaya saat ini masih memfokuskan pengerjaan bordir

atribut dinas POLRI, oleh karena itu prospek bisnis UMKM Bordirdewe Surabaya cukup menjanjikan karena sasaran target pasar yaitu anggota POLRI ada di seluruh daerah di Indonesia dan pasti membutuhkan atribut dinas POLRI yang baik serta rapi untuk menunjang penampilan seragam anggota dalam melaksanakan tugas sehari-hari

Berdasarkan pernyataan di atas, penulis tertantang untuk mengangkat topik mengenai analisis strategi pemasaran yang di gunakan oleh UMKM Bordirdewe Surabaya dengan judul : “Analisis Strategi Pemasaran Berdasarkan SWOT (Studi Kasus pada UMKM Bordirdewe Surabaya)”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, rumusan masalah pada penelitian ini ialah *”strategi pemasaran apa yang di gunakan oleh UMKM Bordirdewe Surabaya berdasarkan metode analisis SWOT?”*

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang penulis laksanakan pada UMKM Bordirdewe Surabaya ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat bagi UMKM Bordirdewe Surabaya di masa mendatang berdasarkan analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi UMKM Bordirdewe Surabaya

Setelah penelitian ini selesai dan menemukan analisa permasalahan serta solusi jalan keluarnya, diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan untuk kedepannya agar lebih baik lagi dalam upaya pemasaran jasa dan produk dari UMKM Bordirdewe Surabaya.

2. Bagi Peneliti

Manfaat dari penulisan ini ialah pembulatan serta aplikasi untuk menerapkan ilmu-ilmu yang telah diserap selama masa perkuliahan hingga akhir perkuliahan.

3. Bagi STIE Mahardhika

Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi literasi-literasi baru selanjutnya untuk pembuatan penelitian kepada para junior untuk mengambil tema yang sama dikemudian hari.

