BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam penentuan strategi pemasaran yang tepat memerlukan suatu alat yang tepat, salah satunya adalah analisis SWOT. Menurut Manap (2016), analisis SWOT adalah suatu model analisis untuk mengidentifikasi seberapa besar dan kecilnya kekuatan dan kelemahan perusahaan serta seberapa besar dan kecilnya peluang dan ancaman yang mungkin terjadi analisis SWOT sangat bermanfaat untuk perencanaan strategi perusahaan, karena analisis SWOT dapat mengevaluasi kekuatan *(streght)* dan kelemahan *(weakness),* peluang *(opportunity)* dan ancaman *(threats)* dalam suatu proyek, baik yang sedang berjalan langsung maupun dalam perencanaan baru. Analisis SWOT sangat berperan penting dalam suatu perencaan perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil.

Dalam mengetahui Strategi pemasaran yang tepat guna dengan menganalisis dengan metode SWOT.Oleh karena itu penelitian ini dilakukukan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat di Winner Acc Rowotengah Jember. Penelitian penerapan strategi pemasaran menggunakan Analisis SWOT sudah pernah dilakukan beberapa peneliti, yang pertama telah dilakukan oleh Putu Mela Ratini (2014), diperoleh untuk meningkatkan volume penjualan yang efektif, tiara dewata Denpasar menerapkan strategi Growth yang efektif yaitu dengan cara pengembangan danpemanfaatan kekuatan atau peluang serta meningkatkan kualitas pelayanan.Dimana strategi ini sudah cukup berhasil yaitu dengan tetapnya eksissnya perusahaan sampai saat ini. Penelitian yang kedua Makmur (2015), diperoleh dari hasil penelitian bahwa swalayan S-mart memiliki strategi pemasaran yang baik dan berdasarkan analisis internal dan eksternal perusahaan ini berada pada posisi *growth* (perkembangan) dimana keputusan yang akan diambil yaitu mengembangkan perusahaan dengan meningkatkan kualitas kelengkapan produk. Penelitian ketiga dilakukan oleh Dewi Rosa Indah (2015), diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang ada pada penelitian dan pembahasan mengemukan hipotesa bahwa penerapan Analisis SWOT mempengaruhi penjualan pada Saqina swalayan dan swalayan lainnya yang mana penjualannya pada Saqina Swalayan penjualannya lebih unggul dari swalayan lainya. Dari penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti memberi kesimpulan yang sama yaitu penerapan strategi pemasaran menggunakan Analisis SWOT sangatlah berdampak baik kepada perkembangan sebuah perusahaan. Maka dari itu penelitian ini ingin meneliti pada Winner Acc dengan

berjudul Penyusunan Strategi Pemasaran berdasarkan Analsis SWOT pada Winner Acc Rowotengah. Dalam penelitian ini mengamati sebagaimana peran penting strategi pemasaran yang dilihat dari faktor internal dan eksternal toko.

Dalam mengetahui Strategi pemasaran yang tepat guna dengan menganalisis dengan metode SWOT Oleh karena itu penelitian ini dilakukukan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat di Winner Acc Rowotengah Jember. Penelitian penerapan strategi pemasaran menggunakan Analisis SWOT sudah pernah dilakukan beberapa peneliti, yang pertama telah dilakukan oleh Putu Mela Ratini (2014), diperoleh untuk meningkatkan volume penjualan yang efektif, tiara dewata Denpasar menerapkan strategi growth yang efektif yaitu dengan cara pengembangan danpemanfaatan kekuatan atau peluang serta meningkatkan kualitas pelayanan.Dimana strategi ini sudah cukup berhasil yaitu dengan tetapnya eksissnya perusahaan sampai saat ini. Penelitian yang kedua Makmur (2015), diperoleh dari hasil penelitian bahwa swalayan S-mart memiliki strategi pemasaran yang baik dan berdasarkan analisis internal dan eksternal perusahaan ini berada pada posisi *growth* (perkembangan) dimana keputusan yang akan diambil yaitu mengembangkan perusahaan dengan meningkatkan kualitas kelengkapan produk. Penelitian ketiga dilakukan oleh Dewi Rosa Indah (2015), diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang ada pada penelitian dan pembahasan mengemukan hipotesa bahwa penerapan Analisis SWOT mempengaruhi penjualan pada Saqina swalayan dan swalayan lainnya yang mana penjualannya pada Saqina swalayan penjualannya lebih unggul dari swalayan lainya. Dari penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti memberi kesimpulan yang sama yaitu penerapan strategi pemasaran menggunakan Analisis SWOT sangatlah berdampak baik kepada perkembangan sebuah perusahaan.

Menurut Sopiah, dkk (2008), bisnis ritel merupakan suatu bisnis menjual barang dan jasa pelayanan yang yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau pengguna akhirnya. Bisnis ritel memberikan banyak kontribusi dalam menyerap tenaga kerja sehingga bisa mengurangi angka pengangguran. Disamping itu, bisnis ritel di Indonesia merupakan lokomotif yang menggerakkan sektor property dan perdagamgan, khususnya yang berkaitan dengan Mall dan sejenisnya. Sebuah lembaga riset terkemuka di Indonesia, AC Nielsen Indonesia, mencatat berbagai trend menarik tentang industry ritel di Indonesia. Dalam studinya, dengan responden dibeberapa kota besar di Indonesia tercatat beberapa kecenderungan, diantaranya adalah meningkatnya jumlah konsumen yang berbelanja ditoko modern, terutama konsumen yang hidup diperkotaan. Dalam hal ini Winner Acc Rowotengah adalah unit bisnis yang bergerak pada bidang ritel, khususnya menjual kebutuhan pokok dan kelengkapan lainnya.Winner Acc menyediakan beberapa macam produk yang beragam.Winner Acc adalah salah satu perusahaan ritel yang bergerak pada bisnis ritel yang menjual Acecories yang

berdiri pertama kali di desa Rowotengah.Winner Acc berdiri sudah 11 tahun dan masih saja tetap eksis. Dan sekarang di desa Rowotengah banyak yang mengikuti jejak Winner Acc yang mendirikan usaha sejenis dan menjual produk yang hampir sama.

Akan tetapi menjamunya usaha ritel yang bergerak padaWinner Acc, sengitnya persaingan, konsumen yang sensitif terhadap harga sangat mempengaruhi minat beli. Belum lagi kompetitor yang kelihatan sepele justru berpengaruh besar dalam permainan pasar, yaitu para pengusaha yang bergerak pada bidang ritel yang berfokus pada bisnis ritel yang menjual asesories, yang berkonsentrasi dalam beberapa produk yang sama dan mampu bermain harga. Untuk mengatasi ancama yang akan datang dari kompetitor lain, maka peneliti menciptakan suatu strategi pemasaran dengan menggunakan metode Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) yang dapat di gunakan untuk memenangkan persaingan di masa mendatang, berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti menjadikan Winner Acc Rowotengah sebagai objek penelitian.

Tabel 1.1 Data Penjualan Winner Acc Rowotengah Jember Tahun2014– 2018

Tahun	Hasil
2014	Rp. 273.000.000
2015	Rp. 323.000.000
2016	Rp. 345.000.000
2017	Rp. 379.000.000
2018	Rp. 410.000.000

Berdasarkan tabel 1.1 penjualan Winner Acc Rowotengah diatas menunjukkan bahwa tingkat penjualan Winner Acc mengalami *fluktuasi* pada setiap bulannya. Dimana penjualan tertinggi pada tahun 2018 yaitu sebesar Rp. 410.000.000dan penjualan terendah pada tahun 2014 yaitu sebesar Rp. 273.000.000.Penjualan tertinggi terjadi pada tahu 2018 karena di tahun 2018 Winner Acc Mengalami perkembangan dengan pesat dilihat keadaan pada tahun 2018 Winner Acc memperluas toko serta melengkapi produk yang ada.

Untuk mempertahankan bisnis serta menghadapi tantangan persaingan perlu diterapkan strategi yang paling tepat agar Winner Acc dapat bertahan ditengah persaingan yang sangat ketat ini sehingga studi tentang penetu strategi pemasaran dengan berdasarkan analisis Swot pada bisnis Winner Acc untuk diteliti lebih lanjut

Rumusan Masalah

Menurut Manap (2016), analisis SWOT adalah suatu model analisis untuk mengidentifikasi seberapa besar dan kecilnya kekuatan dan kelemahan perusahaan serta seberapa besar dan kecilnya peluang dan ancaman yang mungkin terjadi. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimanakah tentang kondisi IFAS (*Internal Factor Analiysis Sumary*) dan kondisi EFAS (*Eksternal Factor Analysis Sumary*) Pada toko Winner Acc dan strategi alternatif pada Winner Acc?

1.2 Tujuan Penelitian dan Kegunaan

1.2.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lingkungan IFAS *(Internal factor Analysis Summary)* dan EFAS *(Eksternal factor Analysis Summary)* padaWinner Acc Rowotengah serta mengetahui strtategi alternatif pemasaran pada Winner Acc Rowotengah.

1.3 Kegunaan

1. Bagi Penulis
   Untuk menambah pengetahuan dan pemahaman tentang Analisis SWOT dalam menentukan strategi bersaing pada bisnis ritel dan sejenisnya.
2. Bagi Perusahaan
   Sebagai bahan pertimbangan dalam menganalisis penentuan strategi pemasaran dengan menggunakan Analisis SWOT.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya
   Hasil penelitian diharapkan menjadi salah satu sumber refrensi dan masukan bagi penelitian selanjutnya yang terbaru pada pengembangan bisnis ritel.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
JEMBER