

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maka berbagai jenis barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen dapat diproses dan disediakan dalam jumlah yang cukup. Dengan tersedianya berbagai macam variasi produk tersebut, mengakibatkan konsumen menjadi kritis dalam menentukan pilihannya. Keadaan ini menimbulkan terciptanya persaingan antar perusahaan tidak dapat dihindari. Terutama antar perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang sejenis.

Dengan kondisi semacam ini, perusahaan perlu memiliki strategi yang tepat untuk mengatasi hal tersebut. Salah satu strategi yang diperlukan adalah strategi pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.

Dalam mencapai tujuan perusahaan, dibutuhkan strategi yang tepat dalam melakukan kegiatan perusahaan, baik kegiatan untuk jangka pendek maupun kegiatan yang dilakukan untuk jangka panjang. Dari strategi yang baik ini akan memudahkan manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dan dari strategi yang baik

dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk mendukung kegiatan perusahaan.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PR. Karya Timur Prima Malang mengacu pada faktor-faktor internal dan eksternal yang sangat luas, maka di sini hanya akan membahas faktor-faktor internal yang berkaitan erat dengan bauran pemasaran atau *marketing mix* perusahaan yaitu produk, harga, saluran distribusi dan promosi dari produk yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan faktor-faktor eksternalnya yang akan dibahas adalah faktor-faktor yang berkaitan erat dengan kondisi ekonomi, teknologi, pemerintah, pesaing serta sosial budaya.

Berdasarkan dari pentingnya analisis kekuatan dan kelemahan faktor internal perusahaan serta ancaman dan peluang eksternal perusahaan sebagai dasar untuk menyusun strategi pemasaran, maka penulis menjadikan analisis SWOT sebagai topik yang kemudian dituangkan dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul : “Analisis SWOT Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada PR. Karya Timur Prima Malang.”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis kemukakan di atas, maka dapat dikemukakan pokok permasalahan yaitu : “Bagaimana strategi pemasaran yang tepat dengan

mempertimbangkan pendekatan analisis SWOT sebagai alat bantu dalam menentukan strategi pemasaran di PR. Karya Timur Prima Malang.”

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh PR. Karya Timur Malang.
2. Untuk mengetahui hambatan-hambatan dan peluang-peluang yang dimiliki oleh PR. Karya Timur Prima Malang.
3. Untuk mengambil keputusan strategi pemasaran yang tepat bagi PR. Karya Timur Prima Malang dengan menggunakan analisis SWOT.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengembangan wawasan bagi penulis khususnya yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan referensi untuk PR. Karya Timur Prima Malang dalam mengevaluasi perkembangan

pasar, terutama dalam menetapkan strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan informasi, bahan pertimbangan, masukan dan referensi atau bahan pembandingan bagi penulis lain.