

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia yang begitu pesat utamanya pada bidang agroindustri membuat setiap perusahaan harus mampu bersaing. Perusahaan tidak hanya berfokus pada produksinya, namun juga harus melihat dari sisi pemasarannya. Perusahaan perlu melakukan suatu analisis terlebih dahulu terhadap lingkungan pemasarannya, hal ini dilakukan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat, guna memperluas pasar dan meningkatkan nilai profitabilitas perusahaan.

Menurut David W. Craven dalam bukunya *Strategic Marketing*, (Purwanto, 2012) strategi pemasaran didefinisikan sebagai analisis strategi pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada tiap unit bisnis, penetapan tujuan pemasaran, dan pengembangan pelaksanaan serta pengelolaan strategi program pemasaran, penentuan posisi pasar yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen pasar sasaran.

Berkurangnya ketersediaan tenaga kerja dan ketertarikan generasi muda untuk menekuni bidang pertanian secara serius dan menyusutnya lahan pertanian yang beralih fungsi menjadi lahan perumahan dan lahan industri. Kondisi tersebut dalam beberapa tahun terakhir telah berdampak pada penurunan daya saing dan ketidakmampuan nasional untuk melakukan swasembada pangan, dan dengan terpaksa harus mengimpor beras. Untuk itu santoso *advance agricultural machinery* berkomitmen untuk membantu terbentuknya ketahanan pangan (swasembada pangan) nasional, dengan memperkenalkan dan menyediakan alat-alat pertanian dan pasca panen modern berkualitas dengan harga terjangkau, dan ketersediaan layanan purna jual yang baik.

Ketersediaan alat-alat pertanian modern yang berkualitas dan terjangkau, diharapkan mengembalikan gengsi sector pertanian dimata generasi muda untuk kemudian kembali menekuni pertanian secara serius, mengkompensasikan keterbatasan tenaga di sector pertanian, membantu peningkatan produktivitas sector pertanian dan mengkompensasikan keterbatasan lahan pertanian.

Saat ini santoso *advance agricultural machinery* memperkenalkan produk baru yaitu alat tanam benih langsung (tabela). Alat tanam benih langsung dipergunakan untuk menanam padi secara langsung dari bulir padi, tanpa penyemaian terlebih dahulu. Alat tabela membantu mengatasi kelangkaan tenaga kerja tanam padi dan membuat umur panen padi yang di tanam bisa lebih cepat panen. Pada bulan september saat ini santoso *advance agricultural machinery* mendatangkan 250 unit tabela, diharapkan tabela tersebut bisa terjual 10 unit perbulannya. Terlampir tabel volume penjualan tabela selama tiga bulan terakhir pada lampiran 1.

Dalam grafik penjualan tabela tiga bulan terakhir dapat dilihat bahwa produk yang terjual pada bulan September sebanyak 3 unit, pada bulan oktober target tercapai dengan penjualan sebanyak 10 unit, sedangkan pada bulan November hanya terjual sebanyak 4 unit saja. Dengan adanya grafik tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan yang ditargetkan Saat ini santoso *advance agricultural machinery* belum bisa tercapai. Berdasarkan masalah diatas saat ini santoso *advance agricultural machinery* perlu mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang ada dalam strategi pemasaran tabela di saat ini santoso *advance agricultural machinery* serta strategi apa saja yang dapat diterapkan sebagai alternative pemasaran tabela di saat ini santoso *advance agricultural machinery*.

Ketatnya persaingan antar usaha sejenis baik yang baru memulai maupun yang sudah lebih dulu dikenal oleh konsumen, mengharuskan Saat ini santoso *advance agricultural machinery* dapat melihat dan memanfaatkan peluang yang ada. Dalam menghadapi persaingan, pelaku bisnis harus mampu menyusun strategi dalam bersaing. Strategi penting dalam pelaku bisnis karena merupakan bagian dari kegiatan yang dirancang dalam menjalankan aktivitas kegiatan bisnis. Semakin baik dan tepat strategi bisnis yang diterapkan semakin kuat dalam menghadapi persaingan bisnis dan mampu unggul dalam persaingan (Sarjono, 2013). Dari fenomena bisnis yang sudah dipaparkan diatas maka perlunya dilakukan penelitian di perusahaan ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor eksternal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam strategi pemasaran tabel di saat ini santoso *advance agricultural machinery*?
2. Faktor-faktor internal apa saja yang menjadi peluang dan ancaman dalam strategi pemasaran tabel saat ini santoso *advance agricultural machinery*?
3. Strategi apa yang dapat diterapkan sebagai alternatif pemasaran tabel di saat ini santoso *advance agricultural machinery*?
4. Strategi utama apa yang dapat direkomendasikan untuk diterapkan pada alat tabel di saat ini santoso *advance agricultural machinery*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam strategi pemasaran alat tabel saat ini santoso *advance agricultural machinery*.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor internal yang menjadi peluang dan ancaman dalam strategi pemasaran alat tabel saat ini santoso *advance agricultural machinery*.
3. Merumuskan alternatif strategi pemasaran apa yang dapat direkomendasikan untuk diterapkan pada alat tabel di saat ini santoso *advance agricultural machinery*.
4. Mengutamakan strategi pemasaran yang dapat direkomendasikan untuk diterapkan pada alat tabel di saat ini santoso *advance agricultural machinery*.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Perusahaan Terkait

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan dan informasi yang bermanfaat bagi UD. santoso *advance agricultural machinery* untuk peningkatan penjualan pemasaran alat tanam benih langsung.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang faktor internal dan eksternal yang dapat direkomendasikan sebagai strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan alat tanam benih langsung “TABELA” di UD. Santoso *Advance Agricultural Machinery*, serta hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti berikutnya yang berminat untuk melakukan penelitian yang serupa di bidang strategi pemasaran.

3. Bagi Peneliti

Sebagai syarat menyelesaikan pendidikan dan untuk ilmu pengetahuan bidang ilmu strategi pemasaran dan melatih peneliti untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dalam perkuliahan pada kenyataan yang ada di lapangan.