

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian Indonesia yang semakin berkembang dengan pesat secara tidak langsung akan mendorong peningkatan produktivitas pelaku usaha di berbagai sektor industri, sehingga mengakibatkan meningkatnya persaingan. Tingkat persaingan di sektor korporasi mulai meningkat, baik bagi produsen maupun penyedia jasa. Untuk bersaing di pasar global, pelaku usaha harus menjaga kualitas produknya (Hanifa, 2021; Pribadi, 2012)

Di era global, persaingan komersial yang semakin ketat memiliki dampak terhadap persaingan yang terjadi antara perusahaan. Suatu perusahaan dituntut untuk meningkatkan daya saing terhadap perusahaan lain secara terus-menerus. Perusahaan harus sigap dalam meningkatkan kekuatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Jika dihubungkan dengan faktor pemasaran, sebuah perusahaan harus menciptakan strategic yang bisa bersaing di dunia bisnis yang semakin ketat. Bisnis dapat memenangkan persaingan dengan membuat rencana pemasaran yang efektif.

PT. Panca Niaga Bersama merupakan perusahaan yang dulunya bekerja di bidang usaha jual beli alat dan mesin pabrik. Pada tanggal 24 juni 2015, perusahaan mulai memasuki industri mebel. Perusahaan ini melakukan produksi dan pemasaran produk-produk mebel dengan produk-produk yang disesuaikan dengan keinginan konsumen (*Customized products*) dan harga kompetitif. Perusahaan ini memenuhi kebutuhan sekolah-sekolah seperti bangku, meja, lemari, dan rak buku. Selain untuk memenuhi kebutuhan sekolah, perusahaan ini juga aktif memenuhi kebutuhan rumah tangga seperti tempat tidur, meja tempat makan, lemari dan kursi

Pada tahun 2022 dan 2023 PT. Panca Niaga Bersama mengalami penjualan yang tidak memenuhi target yang diputuskan. Untuk melihat besaran

penjualan pada tahun 2022 dan tahun 2023 disajikan dalam tabel 1.1 berikut ini

Tabel 1. 1 Total Penjualan 2022-2023

NO	Bulan	Total Penjualan 2022	Target Penjualan 2022	Total Penjualan 2023	Target Penjualan 2023
1	Januari	Rp 47.000.000	Rp 88.500.000	Rp 39.100.000	Rp 98.500.000
2	Februari	Rp 51.750.000	Rp 88.500.000	Rp 42.250.000	Rp 98.500.000
3	Maret	Rp 63.150.000	Rp 88.500.000	Rp 57.770.000	Rp 98.500.000
4	April	Rp 81.260.000	Rp 88.500.000	Rp 59.507.000	Rp 98.500.000
5	Mei	Rp 23.249.999	Rp 88.500.000	Rp 57.600.000	Rp 98.500.000
6	Juni	Rp 77.149.500	Rp 88.500.000	Rp 71.350.000	Rp 98.500.000
7	Juli	Rp 229.850.909	Rp 88.500.000	Rp 116.900.000	Rp 98.500.000
8	Agustus	Rp 88.450.000	Rp 88.500.000	Rp 191.735.000	Rp 98.500.000
9	September	Rp 31.650.000	Rp 88.500.000	Rp 228.398.000	Rp 98.500.000
10	Oktober	Rp 55.138.000	Rp 88.500.000	Rp 85.705.000	Rp 98.500.000
11	November	Rp 112.429.000	Rp 88.500.000	Rp 153.333.000	Rp 98.500.000
12	Desember	Rp 149.505.000	Rp 88.500.000	Rp 120.200.000	Rp 98.500.000
Total Penjualan		Rp1.010.582.408	Rp1.150.500.000	Rp1.223.848.000	Rp1.280.500.000
Selisih		-Rp139.917.592		-Rp56.652.000	

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa untuk tahun 2022 ada sebesar Rp. 139.917.512,- target yang belum tercapai. Kemudian pada tahun 2023 ada Rp. 56.562.000,- target yang belum terpenuhi. Berdasarkan data di atas bisa disimpulkan pada tahun 2022 dan 2023, penjualan perusahaan tidak mencapai target yang sudah ditentukan.

Dari permasalahan di atas peneliti mempunyai daya tarik untuk mengangkat judul penelitian ini yaitu "Penentuan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Dan QSPM Pada PT. Panca Niaga Bersama".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman dari PT. Panca Niaga Bersama?
2. Teknik pemasaran apa yang dapat dilakukan oleh PT. Panca Niaga Bersama untuk mendongkrak volume penjualan?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari penelitian ini jika dilihat dari rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut :

1.3.1 Tujuan Umum

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menganalisis situasi dan menganalisa strategi pemasaran apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan di PT. Panca Niaga Bersama

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Menganalisa rumusan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh PT. Panca Niaga Bersama
2. Merumuskan tentang strategi pemasaran yang bisa di manfaatkan oleh PT. Panca Niaga Bersama untuk mendongkrak volume penjualan.

1.4 Kontribusi/ Manfaat TA

Kontribusi yang diharapkan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti :

Peneliti akan memperoleh tambahan pengetahuan dan pengalaman yang baru tentang penentuan strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM khususnya di Perusahaan Mebel melalui analisis internal dan eksternal

2. Perusahaan:

Peneliti ini diharapkan dapat memberikan manfaat langsung kepada PT. Panca Niaga Bersama dalam rangka strategic apa yang dapat digunakan dalam pemasaran barang sehingga bisa memenuhi target yang sudah ditentukan.

3. Peneliti berikutnya:

Penelitian ini kiranya bisa dimanfaatkan menjadi sumber rujukan penelitian berikutnya khususnya di bidang strategi pemasaran.