

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Toko Berkah Abadi adalah perusahaan perdagangan yang bergerak dalam penjualan alat kebersihan dan peralatan rumah tangga. Perkembangan industri peralatan rumah tangga sangat cepat, terutama dengan munculnya teknologi baru dan perubahan tren konsumen. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perlu adanya strategi pemasaran yang efektif dan terarah untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam mengenai strategi pemasaran dengan memanfaatkan Metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

Metode SWOT akan membantu mengidentifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) internal dari Toko Berkah Abadi dalam industri peralatan rumah tangga. Selain itu, metode ini juga akan memetakan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) eksternal yang dihadapi perusahaan.

Selanjutnya, *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) akan digunakan untuk menganalisis prioritas strategi pemasaran yang dapat membantu Toko Berkah Abadi mengambil keputusan yang tepat dalam mengambil strategi pemasaran yang optimal berdasarkan faktor-faktor krusial yang diidentifikasi melalui metode SWOT.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah munculnya pesaing baru dengan menjual produk serupa di sekitar Toko Berkah Abadi dan perubahan gaya berbelanja melalui online shop yang menjadikan Toko Berkah Abadi mengalami penurunan pendapatan, penurunan tertinggi pada tahun 2021 yaitu pada bulan juni sebesar Rp 8.669.000 dan oktober Rp 4.850.500 sedangkan pada tahun 2022 mengalami penurunan tertinggi pada bulan agustus sebesar Rp 3.367.500. Apabila di lihat dengan perbandingan penjumlahan pendapatan dari tahun 2021 dan 2022 maka pendapatan mengalami penurunan sebesar Rp 43.159.000. Karena hal tersebut Toko Berkah Abadi memerlukan rekomendasi strategi pemasaran yang

tepat dan terarah dalam menghadapi perubahan pasar dan meningkatkan daya saing pada penjualan peralatan rumah tangga. Dengan demikian, perusahaan dapat mengoptimalkan penjualan, memenuhi kebutuhan konsumen, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

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 (Yuliaty 2020). Oleh karena itu, penting bagi Toko Berkah Abadi untuk memahami dinamika pasar, kekuatan pesaing, serta mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada. Analisis SWOT dan QSPM diharapkan dapat memberikan panduan yang tepat untuk mengambil keputusan strategis dalam mengembangkan strategi pemasaran yang optimal dan menguntungkan.

Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang dapat membantu Toko Berkah Abadi dalam meningkatkan penjualan produk perlengkapan rumah tangga, memperluas pangsa pasar, meminimalkan kelemahan internal, dan mengatasi ancaman eksternal.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi dan pentingnya strategi pemasaran dalam menjalankan sebuah usaha maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PERLENGKAPAN RUMAH TANGGA DENGAN METODE SWOT DAN QSPM DI TOKO BERKAH ABADI”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apa saja faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran Toko Berkah Abadi?
2. Strategi pemasaran apakah yang sesuai dan terbaik bagi Toko Berkah Abadi dengan metode SWOT dan matriks QSPM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini merupakan tujuan penelitian yang dirumuskan berdasarkan rumusan masalah di atas:

1. Mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi dalam strategi pemasaran di Toko Berkah Abadi.
2. Menetapkan strategi pemasaran yang sesuai dan terbaik bagi Toko Berkah Abadi menggunakan pendekatan metode matriks SWOT dan matriks QSPM.

1.4 Batasan Penelitian

Dalam sebuah penelitian, diperlukan ruang lingkup atau batasan yang jelas agar pembahasan yang dilakukan lebih terarah. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Data penjualan yang diambil adalah data di Toko Berkah Abadi pada Januari 2021 sampai Desember 2022.
2. Penelitian dilakukan tanpa menghitung biaya di Toko Berkah Abadi, maka penelitian ini hanya memberikan usulan tentang strategi-strategi pemasaran.
3. Penentuan faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan dilakukan sepenuhnya oleh peneliti dan pihak perusahaan sehingga bersifat subyektif.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan :
 - a. Untuk memberikan ide-ide atau informasi yang dapat digunakan untuk merancang ataupun menyusun strategi pemasaran.
 - b. Penelitian ini dapat memberi masukan dan pertimbangan mengenai strategi pemasaran usaha untuk meningkatkan pemasaran maupun meningkatkan pendapatan melalui potensi yang dimiliki Usaha Toko Berkah Abadi.

2. Bagi peneliti :

- a. Dapat menambah wawasan dan informasi mengenai strategi pemasaran produk dengan baik.
- b. Penelitian ini bermanfaat sebagai pengalaman nyata menganalisis strategi pemasaran, khususnya untuk perusahaan usaha mandiri kecil menengah di dalam mengembangkan usaha.

3. Bagi Universitas :

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan secara garis besar dalam penyusunan laporan tugas akhir ini diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah, posisi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menerangkan tentang teori-teori yang mendukung dan relevan dalam pengumpulan dan pengolahan data dalam pelaksanaan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang langkah-langkah yang akan dilalui selama proses penelitian yang dilakukan dalam pelaksanaan penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini merupakan inti dari penelitian ini, di mana akan dilakukan pengumpulan dan pengolahan data yang telah dikumpulkan selama melakukan penelitian.

BAB V ANALISA DAN INTERPRETASI HASIL

Bab ini berisikan tentang analisa dan penjelasan hasil pengolahan data Pada penelitian yang telah dilakukan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian dan pembahasan serta mencoba memberikan saran-saran sebagai langkah untuk menyelesaikan masalah yang ada.

