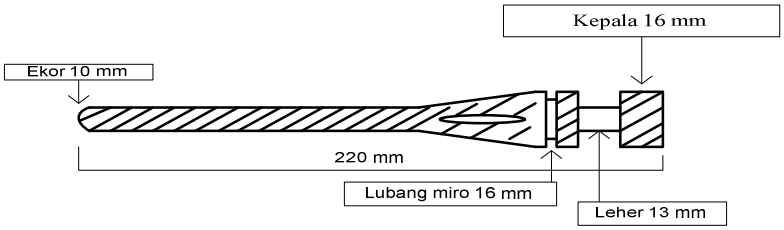
Bab 1
Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia industri banyak sekali hal-hal yang harus diperhatikan,seiring dengan berkembangnya jaman persaingan di dunia industri semakin ketat dimana persaingan tersebut dapat menentukan masa depan sebuah perusahaan.Perusahaan dituntut untuk mengetahui keinginan konsumen dimana keinginan konsumen tidak sama atau berbeda-beda,itu berkaitan dengan bagaimana cara sebuah perusahaan untuk menarik konsumen agar tertarik dengan sebuah produk yang di ciptakan oleh perusahaan tersebut.Perusahaan dituntut kreatif dan memberikan inovasi-inovasi baru agar konsumen tidak merasa bosan.Selain menciptakan inovasi baru perusahaan juga harus bisa memasarkan produk yang diciptakannya dimana untuk memasarkan sebuah produk bukan hal yang mudah dibutuhkan strategi-strategi yang tepat agar konsumen merasa tertarik dan merasa ingin memiliki produk yang perusahan ciptakan.

PT.Paltindo Industry berdiri sejak tahun 1990 perusahaan ini bergerak dibidang manufaktur perusahaan ini memproduksi sebuah palet,palet itu sendiri adalah sebuah gulungan benang kain tenun yang berbahan baku dari kayu,palet ini memiliki panjang 220mm, diameter kepala 16mm, diameter leher 13 mm,diameter ekor 10 mm dan diameter lubang miro 16 mmdimana proses pembuatan palet menggunakan mesin yang bernama Yoyo Bobbin mesin ini dibuat oleh jepang.Dibawah ini adalah gambar produk palet PT. Paltindo Industry.



Gambar 1.1 Produk Palet PT. Paltindo Industry.

Kebutuhan akan palet itu sendiri untuk wilayah Jawa sekitar 60% itu menunjukan bahwa kebutuhan akan palet cukup besar, akan tetapi kebutuhan akan palet sebanyak 60% tersebut di suplay oleh empat perusahaan diantaranya adalah PT. Paltindo Industry. Dengan adanya kebutuhan sebesar 60% menyebabkan terjadinya persaingan-persaingan diantara empat perusahaan pemasok palet. Oleh karena itu setiap perusahaan harus menyiapkan strategi-strategi untuk bisa bersaing dalam hal memasarkan produk palet yang di produksinya. Begitu juga dengan PT. Paltindo Industry perusahaan ini harus menyiapkan strategi yang harus digunakan agar mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Adapun strategi yang di gunakan oleh PT Paltindo Industry pada saat ini adalahdengan membina konsumen agar tetap menggunakan produk palet yang di produksi PT. Paltindo Industry. Dengan strategi yang di lakukan pada saat ini PT Paltindo Industry terdapat masalah yaitu terjadi penurunan penjualan produk sehingga menyebabkan kerugian yang cukup besar. Hal tersebut diakibatkan oleh strategi yang kurang tepat sehingga PT Paltindo Industrymengalami penurunan penjualan produknya.Dibawah ini adalah data pemasaran PT. Paltindo Industry, adapun data pemasarannya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 data pemasaran PT. Paltindo Industry

Periode/Bulan (2013-1014)	Jumlah Penjualan (PCS)	Periode/Bulan (2014-2015)	Jumlah Penjualan (PCS)
Agustus	9500	Agustus	8000
September	13200	September	12500
Oktober	9000	Oktober	5000
November	14250	November	7000
Desember	22750	Desember	10000
Januari	16500	Januari	15000
Februari	18500	Februari	9000
Maret	21500	Maret	16500
April	12100	April	10000
Mei	10900	Mei	7500
Juni	9000	Juni	6000
Juli	9000	Juli	-
Total	166200	Total	106500
Selisih		59700	

Didapat penurunan penjualan sebesar 59700(pcs), itu menyebabkan dampak yang cukup berpengaruh terhadap penjualan produk PT. Paltindo Industry. Untuk mengatasi hal tersebut PT paltindo perlu mengatur strategi-strategi baru untuk bisa kembali bersaing dipasaran. Agar dapat mengatur strategi-strategi baru banyak metode yang dapat digunakan diantaranya adalah analisis SWOT.Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths)* dan peluang (*opportunities),* namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*)dan ancaman (*threats).*proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengambilan misi,tujuan strategi dan kebijakan perusahaan, sehingga perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan,kelemahan,peluang dan ancaman)dalam kondisi yang ada saat ini.Hal ini disebut dengan analisis situasi.Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

Berdasarkan uraian diatas,peneliti memutuskan untuk mengambil judul**"ANALISIS SWOT UNTUKMENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PALET DI PT. PALTINDO INDUSTRY".**Dengan diambilnya judul tersebut diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menentukan strategi-strategi pemasaran yangbaru dan bermangfaat bagi pihak perusahaan.

1.2. IdentifikasiMasalah

1. Terjadinya penurunan penjualan produk palet di PT. Paltindo Industry.
2. Adanya strategi pemasaran yang kurang tepat sehingga PT. Paltindo Industry mengalami penurunan penjualan produk palet.

1.3. TujuanPenelitian

Tujuanpenelitianinidimaksudkanuntukmengetahuiataumendapatkangambaran yang lebihjelastentang:

1. Menentukan bagaimana cara meningkatkan penjualan produk di PT Paltindo Industry.
2. Memperbaiki strategi yang harus dilakukan PT Paltindo Industry untuk meningkatkan kembali penjualan produk.

1.4. Asumsi dan PembatasMasalah

Adapun asumsi dan pembatasan masalah guna tujuan dilakukannya penelitian ini adalahPenelitian dilakukan hanya pada penjualan produk palet.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan

Berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah dan sistematika penulisan.

Bab 2 Landasan Teori

Bersisikan teori-teori yang mendukung dalam penelitian ini seperti teori-teori mengenai analisis swot.

Bab 3 Kerangka Pemecahan Masalah

Berisikan mengenai langkah-langkah dalam penelitian ini.

Bab 4 Pengumpulan dan Pengolahan Data

Berisikan pengumpulan data dan pengolahan data dari hasil penelitian.

Bab 5 Analisis

Berisikan analisis dari hasil pengolahan data.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Berisikan kesimpulan dan saran dari keseluruhan hasil penelitian.