Bab 1
Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, perkembangan industri yang meningkat menyebabkan persaingan antara perusahaan yang bergerak dalam produksi makanan semakin ketat, perusahaan makanan yang ada dipasaran bisa memiliki keseragaman produk antara produk yang satu dengan yang lainya, untuk mengahadapi persaingan saat ini salah satu upaya yang dilakukan perusahaan yaitu dengan menyusun strategi pemasaran yang efektif, sehingga pemasaran produk yang dilakukan perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain.

PD. Winda Putra merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan makanan dodol, perusahaan mempunyai beberapa varian rasa produk dodol, dari mulai dodol rasa ketan susu, dodol kacang coklat, dodol coklat wijen, dodol pisang, dodol strawberry, nanas, sirsak dan dodol melon. Perusahaan saat ini menerapkan strategi pemasaran secara langsung dengan menawarkan produknya ke toko-toko yang ada di kota Garut maupun yang ada di luar kota Garut. Berikut merupakan tabel data penjualan produk dodol pada tahun 2014 sampai 2015.

Tabel 1.1. Data penjualan produk PD. Winda Putra 2014 sampai 2015.

Produk Dodol	2014	2015	Selisih
Dodol Ketan Susu	5850	4850	1000
Dodol Kacang Coklat	10130	8650	1480
Dodol Coklat Wijen	8480	7780	700
Dodol Pisang	6700	6100	600
Dodol Strawberry	6800	5820	980
Dodol Nanas	3780	3180	600
Dodol Sirsak	3900	3300	600
Dodol Melon	2630	2280	350
Jumlah	**48270**	**41960**	**6310**

Keterangan: Satuan yang dipakai dalam data di atas yaitu kg.

Bila dilihat dari data di atas ada penurunan penjualan produk dodol pada tahun 2015 dibandingkan dengan penjualan di tahun 2014, mungkin hal itu dapat disebabkan oleh strategi yang diterapkan oleh perusahaan saat ini belum efektif, serta banyaknya perusahaan pesaing yang bergerak sama dengan perusahaan dalam produksi makanan dodol, karena strategi yang diterapkan oleh perusahaan saat ini hanya berdasarkan pengalaman yang dimiliki oleh pemilik perusahaan, tanpa melihat potensi kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan.

Salah satu upaya untuk memperbaiki penurunan penjualan produk dodol yaitu dengan membuat strategi pemasaran baru yang lebih efektif, suatu metode yang dapat menentukan strategi yang tepat dalam bidang pemasaran, yaitu dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, and Threats*). Analsis ini digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Dengan melihat kekuatan yang dimiliki, serta mengembangkan kekuatan tersebut, perusahaan dapat menentukan startegi pemasaran dari kekuatan dan peluang yang ada. Demikian juga dengan kelemahan yang dimiliki harus diperbaiki agar perusahaan bisa tetap bersaing dengan perusahaan lain.

Berdasarkan dengan latar belakang masalah diatas maka dalam laporan tugas akhir ini peneliti mengambil tema **“USULAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK DODOL DI PD. WINDA PUTRA”.**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatatrs, dapat didentifikasi beberapa masalah, yaitu:

1. Bagaimana faktor internal dan eksternal dalam hal pemasaran yang ada di PD. Winda Putra?
2. Bagaimana menentukan strategi pemasaran yang efektif di PD. Winda Putra?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam hal pemasaran yang ada di perusahaan.
2. Menganalisis dan mengusulkan strategi pemasaran yang efektif bagi perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT.

1.4. Pembatasan Masalah

Pembatas dan asumsi dibuat agar ruang lingkup masalah yang dilakukan oleh peneliti tidak terlalu luas serta memberikan arahan dalam menyelesaikan masalah. Adapun batasan-batasan yang digunakan antara lain:

1. Penelitian hanya dilakukan pada strategi pemasaran.
2. Data yang diambil pada penelitian adalah data penjualan tahun 2014-2015.

1.5. Sistematika Penulisan

Lembar Pengesahan

Lembar Pernyataan

Abstrak

Lembar Peruntukan

Kata Pengantar

Daftar Isi

Daftar Tabel

Daftar Gambar

Daftar Lampiran

Bab 1 Pendahuluan

Berisikan mengenai latar belakang masalah yang terjadi, serta menjelaskan mengenai apa yang akan kita dapatkan dengan memecahkan masalah itu.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Berisikan mengenai teori yang digunakan untuk memecahkan masalah yang diteliti, serta metode-metode yang berkaitan dengan penelitian

Bab 3 Kerangka Pemecahan Masalah

Berisiskan kerangaka pemecahan masalah (*flow chart*) serta tahapan pengerjaan penelitian yang dilakukan

Bab 4 Pengumpulan dan Pengolahan Data

Berisikan mengenai data dan cara pengolahannya berdasakan metode yang digunakan

Bab 5 Analisis

Berisikan mengenai analisis data hasil perhitungan pada tahap pengolahan data, yang nantinya menghasilkan kesimpulan untuk penelitian yang dilakukan.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Berisikan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan disertai saran yang sesuai dengan penelitian yang ada

Daftar Pustaka

Lampiran