

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada jaman sekarang bisnis sangat butuh strategi untuk mempertahankan pamasaran dalam bersaing dengan pesaing lainnya yang mempunyai kelebihan dan kelemahannya sendiri-sendiri. Dengan kemajuan di era global yang sangat pesat menjadikan perusahaan berlomba untuk menghasilkan produk-produk berkualitas bagi konsumen. Inovasi baru harus dilakukan untuk mempertahankan konsumen-konsumen yang sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan.

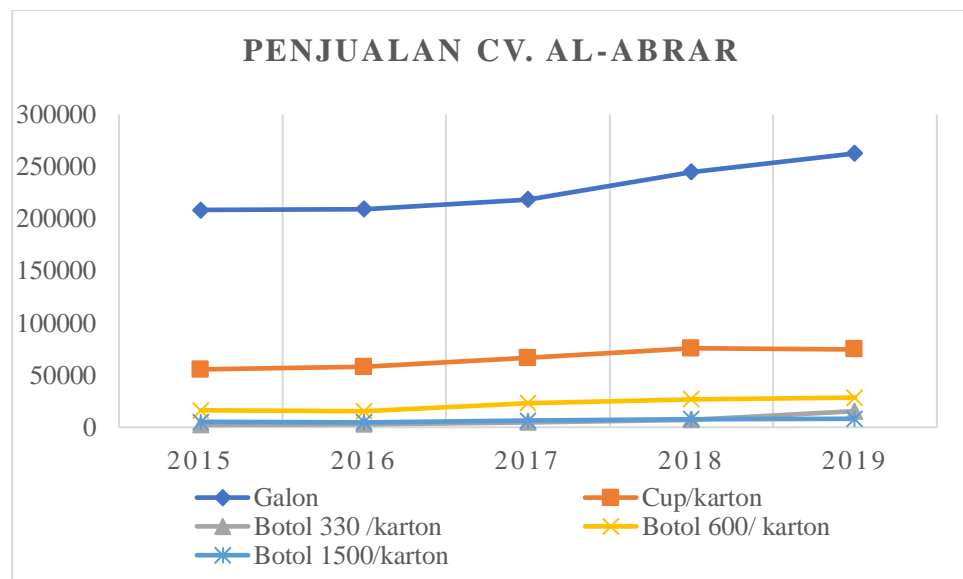
Pengembangan bisnis merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan untuk keberlangsungan dari pertumbuhan bagi perusahaan itu sendiri. Keunggulan suatu produk merupakan suatu kunci dari perusahaan itu sendiri dan kelemahan suatu produk merupakan inovasi yang harus cepat diselesaikan karena bisa menjadi peluang bagi perusahaan lain. Strategi bisnis melihat kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan dapat menjadikan peluang yang baru bagi perusahaan dalam mengelola perusahaan itu sendiri.

Pelanggan yang memiliki keinginan yang berbeda-beda dalam memilih produk dan jasa, perusahaan hendaknya memperhatikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen sangatlah utama dalam tercapainya keberhasilan bagi perusahaan. Kualitas produk adalah kunci untuk menarik konsumen supaya bisa menerima produk perusahaan. Memperhatikan kualitas dalam produk maka konsumen merasa diperhatikan, karena hal itu sangat mempengaruhi konsumen dalam pemilihan produk.

Kekuatan perusahaan ketika konsumen merasa puas dengan produk yang dimilikinya, dan juga respon baik dari konsumen dapat menjadi motivasi bagi perusahaan. Kelemahan sebuah produk sangatlah wajar, oleh hal tersebut bagaimana cara untuk menghadapi bahwa kelemahan itu juga bisa menjadikan peluang bagi semua pesaing untuk lebih maju dari perusahaan, maka diperlukan strategi untuk meminimalkan kelemahan di

produk dan juga mengumpulkan kekuatan produk tersebut, sehingga produk bisa lebih unggul dipasaran. Peluang dari suatu produk didasari oleh kelebihan yang dipunyai perusahaan di dalam produknya sehingga dapat menjadikan produk yang terpercaya untuk para konsumen. Ancaman bagi suatu produk bisa terjadi dari manapun dan juga kapanpun, perusahaan sendiri harus mampu menjadikan ancaman sebagai motivasi pada produknya sehingga ancaman dapat menjadi acuan terhadap pengembangan produk atau bisa untuk perbaikan di produk.

Pada CV. Al-Abrar yang diresmikan pada tahun 2004, yang memproduksi air mineral kemasan seperti air mineral botol, gelas dan galon pada Gambar 1.1 merupakan grafik penjualan CV. Al-Abrar dari tahun 2015 sampai 2019. CV. Al-Abrar belum memiliki karyawan yang banyak karena usaha yang dijalankan masih terbilang kecil, oleh sebab itu perlu ada strategi di dalam melaksanakan pengembangan bisnis supaya bisa meningkatkan pemasukan untuk perusahaan.



Gambar 1.1 Grafik Penjualan CV. Al-Abrar

Faktor eksternal pada CV. Al-Abrar diantaranya adalah peluang dan ancaman. Peluang adalah usaha bagi perusahaan dalam menguasai pasar supaya produk bias lebih unggul dan lebih dikenal. Ancaman dapat dilihat dari bagaimana produk pesaing dapat menguasai pasaran sehingga perusahaan dapat melakukan evaluasi pada kinerja perusahaan ataupun pada produk.

Minimya strategi bisnis yang ada di CV. Al-Abrar merupakan suatu kendala yang dihadapi, oleh sebab itu *Quantitative Strategic Planing Matrik* (QSPM) di butuhkan. Pengukuran bobot di setiap faktor dapat membantu perusahaan untuk menghadapi pasaran dan menyiapkan langkah terbaik dalam produk yang akan dikeluarkan CV. Al-Abrar. Strategi menggunakan metode QSPM mempertimbangkan faktor internal di perusahaan yang terdiri atas kekuatan dan kelemahan dan juga memepertimbangkan faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman menggunakan analisa SWOT pada CV. Al-Abrar?
2. Bagaimana analisa strategi bisnis pada CV. Al-Abrar dengan memakai metode QSPM?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Identifikasi analisis SWOT faktor eksternal dan internal di CV. Al-Abrar.
2. Analisa alternatif strategi bisnis yang baik diterapkan pada CV. Al-Abrar menggunakan metode QSPM.

### **1.4 Manfaat Peneliatian**

1. Untuk penulis  
Sanggup menerapkan metode QSPM menjadi alat bantu untuk menganalisa strategi bisnis di CV. Al-Abrar.
2. Untuk perusahaan  
Bisa menjadikan penelitian sebagai referensi untuk meningkatkan penjualan.
3. Untuk Akademis  
Dapat menjadikan penelitan ini sebagai refrensi metode SWOT dan QSPM.

### **1.5 Batasan Masalah**

1. Penelitian menggunakan metode SWOT dan QSPM.
2. Penelitian ini dilaksanaka di CV. Al-Abrar Surakarta.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan latar belakang, perumusan masalah, tujuan manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab landasan teori berisi konsep dasar penelitian dan metode dari berbagai buku dan jurnal yang mendukung hasil dari penelitian. Berguna untuk menyelesaikan permasalahan dan menjelaskan metode dalam proses merangkai proses penyelesaian masalah.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan langkah struktur yang akan digunakan dalam penelitian untuk menyelesaikan masalah-masalah dalam penelitian. Bentuk metodologi di sesuaikan dengan masalah yang terdapat pada saat penelitian.

### **BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada pengolahan data dan pembahasan berisi informasi-informasi dan data yang digunakan dalam penelitian dan digunakan untuk menganalisis permasalahan.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab kesimpulan dan saran menjelaskan kesimpulan pengolahan data yang sudah dilakukan dan memperhatikan tujuan yang ingin dicapai serta saran yang bermanfaat untuk perusahaan