

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dalam dunia usaha saat ini semakin meningkat, salah satunya adalah usaha *Packaging*. *Packaging* merupakan kemasan atau material yang berfungsi untuk melindungi produk dari debu maupun kotoran agar tidak merusak dan menodai suatu barang yang ada di dalamnya, sehingga tidak mengurangi nilai jual produk tertentu. Menurut Kotler dan Keller (2012) *packaging* yang baik dapat menciptakan sebuah ekuitas merek dan meningkatkan hasil penjualan. *Packaging* tersedia dalam berbagai jenis yang dibuat khusus untuk setiap produk seperti produk makanan, minuman, alat elektronik dan produk lainnya. Sebuah produk yang dibalut dengan *packaging* menarik juga dapat menjadi nilai tambah. Tidak dapat dipungkiri saat ini *packaging* sangat mempengaruhi pandangan orang tentang suatu produk.

Setiap harinya kebutuhan pada kemasan produk terus berkembang seiring bertumbuhnya jumlah wirausaha di Indonesia. Kemasan memiliki fungsi yang pokok di kehidupan sehari-hari dan dalam dunia industri. Ada banyak jenis *packaging* dalam dunia pemasaran mulai dari bentuk *paper bag*, bentuk *box* dan jenis lainnya. Semakin banyak jenis dan jumlah produksi barang maka, semakin tinggi juga jumlah kebutuhan akan penggunaan kemasan produk. Dengan adanya peluang usaha seperti kemasan produk ini membuat perluasan pangsa pasar usaha *packaging* semakin meluas.

Dalam menjalankan bisnis perusahaan pasti memiliki strategi yang berbeda satu dan lainnya, meskipun bergerak dalam bidang yang sama. Maka dari itu dijalankan studi penelitian pada Arifin *Packaging* yang bergerak dalam usaha pembuatan kemasan produk berbentuk *box* atau kotak yang berbahan dasar kardus. Arifin *Packaging* memproduksi berdasarkan jumlah pesanan pelanggan mulai dari pelaku bisnis online shop, toko produk sampai perusahaan. Tujuan dari usaha kemasan yang dilakukan Arifin *Packaging* tentunya untuk memperoleh keuntungan. Arifin *Packaging* berlokasi di Jalan Pejagalan Raya, Kecamatan Tambora, Kota Jakarta Barat.

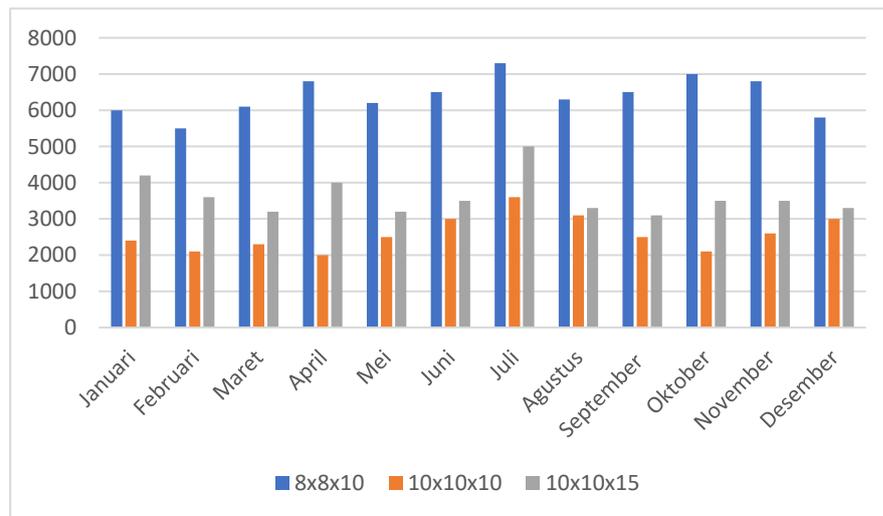
**Hasna Rafifah Azmi, 2022**

***Analisis Strategi Pemasaran Box Kemasan Arifin Packaging Dengan Metode SWOT Dan QSPM***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Teknik, S1 Teknik Industri

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.ac.id](http://www.library.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

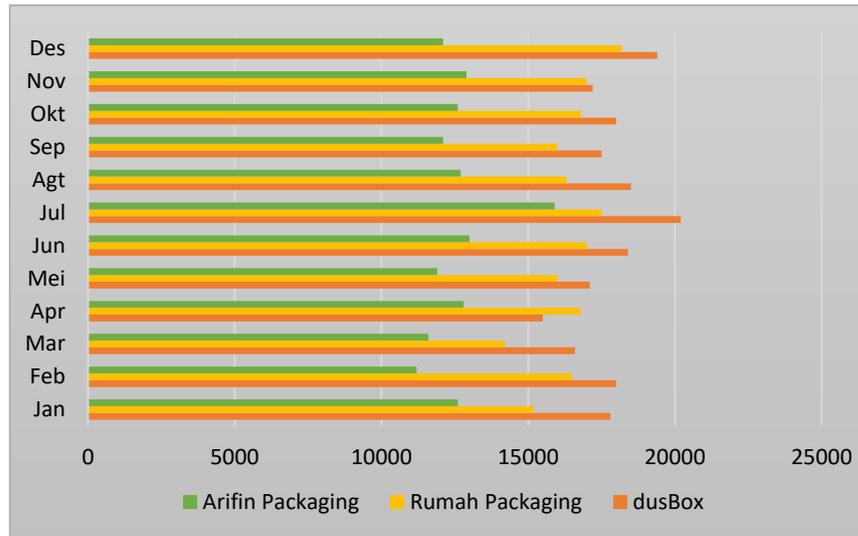
Arifin *Packaging* memproduksi kemasan produk berbentuk *box* dengan berbagai ukuran kemasan dimulai dari kemasan kecil berukuran 8cm x 8cm x 10cm, kemasan sedang berukuran 10cm x 10cm x 10cm dan kemasan besar berukuran 10cm x 10cm x 15cm. Arifin *Packaging* akan melakukan proses produksi apabila menerima konfirmasi pesanan dari konsumen atau disebut juga *make to order*. Berikut adalah data penjualan *box* kemasan pada Arifin *Packaging* selama tahun 2021.



**Gambar 1. 1** Data Permintaan 2021

(Sumber : Pengumpulan Data, 2022)

Gambar 1.2 merupakan grafik data permintaan 12 bulan terakhir *box* kemasan pada Arifin *Packaging*. Permintaan tertinggi terdapat pada bulan Juli 2021 karena saat itu kasus covid-19 sedang naik dan pemerintah menerapkan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Hal ini menyebabkan bisnis *online* mengalami peningkatan, sehingga banyak dari pelaku usaha *online shop* yang melakukan pemesanan *box* kemasan pada Arifin *Packaging*.



**Gambar 1. 2** Perbandingan Data Kompetitor

(Sumber : Pengumpulan Data, 2022)

Dari grafik pada gambar 1.2 terlihat perbandingan dengan data kompetitor ternyata permintaan *box* kemasan pada Arifin *Packaging* masih tertinggal. Dalam menjalankan usaha Arifin *Packaging* juga hanya bergantung pada jumlah pemesan dan dibuat dalam sistem *pre-order* yang akan diproduksi selama 3-5 hari kerja. Hal ini membuat pengeluaran biaya bahan baku tidak menentu setiap bulannya. Selain itu dalam memasarkan produknya Arifin *Packaging* hanya dari mulut ke mulut, sehingga ruang lingkup penjualannya belum terjangkau oleh masyarakat luas. Terlebih pada masa pandemi seperti ini segala sesuatu dibatasi oleh peraturan PPKM sehingga tidak banyak pelanggan yang langsung datang ke lokasi. Oleh sebab itu, diperlukan pendekatan yang sesuai untuk dapat meningkatkan penjualan *box* kemasan yang lebih baik.

Dikarenakan kondisi tersebut, pemilik usaha ingin membuat strategi bisnis baru agar penjualannya lebih meningkat dan dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Strategi merupakan suatu bentuk usaha atau planning yang dapat mengintegrasikan berbagai tujuan utama, prosedur yang dijalankan dan berbagai tindakan pada suatu perusahaan sebagai kesatuan yang utuh. Dengan memahami kekuatan dan kelemahan perusahaan, strategi dapat digunakan untuk menemukan adanya peluang dan ancaman lingkungan.

Ada tiga langkah untuk mengembangkan strategi (Fred R. David, 2017). Tahap pertama yaitu menganalisa faktor internal dan eksternal dari sebuah usaha menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*). Matriks IFE dibuat untuk menganalisis kondisi internal suatu perusahaan, sedangkan tujuan pembuatan EFE adalah untuk menganalisis kondisi eksternal suatu perusahaan.

Tahap kedua adalah tahap pencocokan dengan melakukan kombinasi faktor eksternal dan internal menggunakan matriks IE (Internal-Eksternal) dan SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Matriks IE bertujuan untuk mengetahui posisi perusahaan saat ini dan strategi apa yang paling tepat diterapkan. Penggunaan matriks SWOT membantu sebuah organisasi atau perusahaan dalam memvisualisasikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diimplementasikan untuk membandingkan perusahaannya dengan kompetitor.

Tahap selanjutnya adalah yang terakhir yaitu membuat pilihan atau keputusan yang terbaik untuk menentukan strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Metode QSPM digunakan untuk mengevaluasi strategi secara objektif berdasarkan faktor-faktor sukses utama internal-eksternal yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengangkat judul penelitian “Analisis Strategi Pemasaran *Box Kemasan Arifin Packaging* Dengan Metode SWOT dan QSPM”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

*Arifin Packaging* merupakan UMKM yang menjalankan usaha pembuatan *box* kemasan yang belum dapat bersaing dengan kompetitornya. Oleh karena itu strategi pemasaran dilakukan untuk upaya meningkatkan penjualan terhadap masyarakat luas. Maka dari itu untuk melihat perkembangan usaha yang dijalankan *Arifin Packaging*, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apa saja faktor internal (kekuatan dan Kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi penjualan *box* kemasan pada *Arifin Packaging*?

2. Bagaimana cara menentukan dan merancang strategi pemasaran yang tepat agar *Arifin Packaging* dapat bersaing dengan kompetitornya?
3. Apa saja rancangan strategi pemasaran yang direkomendasikan pada *Arifin Packaging*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian diatas, tujuan pada penelitian ini yaitu :

1. Mengidentifikasi faktor internal menjadi kekuatan dan kelemahan serta eksternal menjadi peluang dan ancaman yang mempengaruhi penjualan *box* kemasan *Arifin Packaging* dengan matriks IFE dan EFE.
2. Merancang strategi penjualan *box* kemasan yang tepat di *Arifin Packaging* berdasarkan matriks IE dan SWOT.
3. Memberikan rekomendasi rancangan strategi penjualan *box* kemasan pada *Arifin Packaging* berdasarkan metode QSPM.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, merupakan pengalaman yang memberikan wawasan, khususnya dalam hal strategi pemasaran, serta kemampuan untuk menilai masalah yang ada dalam perusahaan dan memberi saran berdasarkan metodologi perumusan strategi.
2. Bagi perusahaan, dapat menentukan kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman dari luar yang dapat mempengaruhi upaya pemasaran perusahaan. Perusahaan juga dapat membuat strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan yang lebih efektif.
3. Bagi universitas, sebagai pembendaharaan perpustakaan, untuk kedepannya penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi untuk penelitian dengan topik yang sama yaitu strategi pemasaran.

### **1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian tidak menggunakan faktor finansial pada *Arifin Packaging* serta data yang digunakan adalah data tahun 2021.

2. Metode yang digunakan untuk tahap *input stage* adalah IFE dan EFE, untuk tahap selanjutnya adalah matriks IE dan SWOT.
3. Metode pada tahap pengambilan keputusan menggunakan QSPM.
4. Hasil penelitian berupa rekomendasi rancangan strategi pemasaran *box* kemasan pada Arifin *Packaging*.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa sub – bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas pendeskripsian latar belakang masalah dengan adanya permintaan kebutuhan produksi *Packaging* yang naik turun, rumusan masalah, tujuan dan manfaat studi penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan tugas akhir.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai teori-teori dasar yang digunakan untuk menyelesaikan rumusan masalah dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan, teori diperoleh melalui studi literatur seperti, jurnal ilmiah, internet, buku dan sebagainya. Bab ini juga berisi penelitian terdahulu untuk membantu penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjabarkan urutan yang penting dalam pencapaian tujuan penelitian secara sistematis digambarkan mulai dari diagram alir, metode pengumpulan data, pengolahan data, dan sumber data yang didapat.

## **BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini menampilkan data-data yang telah didapat secara langsung, deskripsi objek penelitian, penyajian data yang sudah diolah serta pembahasan dan melakukan analisa data dari kegiatan penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan hasil dari penelitian yang telah didapatkan berdasarkan pengolahan dan analisa data yang dilakukan serta memberikan saran yang berguna bagi peneliti selanjutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**