BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era bisnis yang semakin modern yang didukung dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat inimengakibatkan UMKM membutuhkan strategi yang tepat dan akurat sehingga mereka dapat memasarkan produknya di pasar, dan bahkan jika memungkinkan menjadi pemimpin pasar.Strategi pemasaran merupakan langkah yang tepat untuk digunakan jika ingin produknya bertahan di pasar dan mampu bersaing sehat dengan kompetitor. Bila pelaku usaha memperoleh keberhasilan dalam mempengaruhi tanggapan konsumen disegmen pasar tertentu maka harus mengkombinasikan strategi pemasaran yang tepat (Basu Swastha dan T. Hani : 2013).

Dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat, tidak dapat dipungkiri bahwa lingkungan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap kelangsungan hidup suatu usaha.Oleh karenanya lingkungan harus diperhatikan dalam perkembangannya.Lingkungan terdiri dari 2 yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal yaitu lingkungan yang mempengaruhi jalannya perusahaan yang berasal dari dalam

perusahaan. Sedangkan lingkungan eksternal berasal dari luar perusahaan, seperti pesaing pemasok, pembeli, dll.Baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal dapat menjadi kelemahan dan kekuatan serta peluang bahkan ancaman suatu perusahaan dalam bersaing.Oleh Karena itu strategi keunggulan daya saing sangat dibutuhkan dalam berbisnis agar mampu bersaing di pasaran dengan keunggulan yang dimilikinya.

Menurut David Sukardi Kodrat 2009, untuk memperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif dengan manganalisis kekuatan eksternal dan kemudian menggunakan kekuatan eksternal tersebut sebagai dasar keputusan dan tindakan strategis.Sehingga dalam penelitian ini lingkungan eksternal berasal dari luar perusahaan yang mempengaruhi jalannya usaha seperti kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, teknologi, social budaya, konsumen, persaingan, dan pemasok.Sedangkan pada lingkungan internal yang mempengaruhi jalannya usaha seperti produk, harga, saluran distribusi, promosi, *valuable, imitability, durability dan transferability*.Hasil dari anallisis lingkungan internal dan eksternal tersebutdigunakan untuk menyusun analisis SWOT. Setelah mengetahui kekuatan serta kelemahannya baik secara internal maupun eksternal, perusahaan dapat menggunakannya untuk menentukan strategi dan taktik marketing.Dengan mengetahui kekuatan, kelemahan, tantangan dan acaman

pada bisnisnya memungkinkan perusahaan dalam mengetahui posisi bersaing dan mampu merencanakan strategi pemasaran yang lebih bagus lagi.

Persaingan yang semakin ketat sekarang ini menjadikan tantangan dan ancaman bagi pelaku usaha.Untuk dapat memenangkan persaingan dan mampu mempertahankan kelangsungan hidup bisnisnya, suatu usaha harus memiliki keunggulan-keunggulan bersaing dengan menyajikan produk yang berkualitas, harga yang relatif terjangkau bagi semua kalangan, waktu penyerahan lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dibanding pesaing.Dengan memiliki keunggulan-keunggulan tersebut dalam produknya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Jika suatu usaha tidak mempunyai keunggulan maka usaha tersebut belum siap bersaing di pasaran dan kemungkinan usaha tersebut tidak bisa bertahan lama.Maka dari itu keunggulan daya saing sangat diutamakan dalam suatu usaha untuk memasarkan produknya.Bagi produsen yang ingin mempertahankan keunggulan bersaing dipasar, perbedaan antara produknya dan produk pesaing harus terlihat jelas dan dapat dirasakan di pasaran.

Sebagai salah satu usaha yang bergerak dibidang makanan ringan khusunya Jenang yang berada di kota Kudus sangat tidak mungkin jika tidak memiliki pesaing. Karena jenang sendiri merupakan oleh-oleh khas kota Kudus, sehingga produsen jenang di kota Kudus sangat banyak. Untuk itu produsen jenang harus mempunyai strategi-strategi tersendiri dalam

pemasarannya agar mampu menciptakan keunggulan daya saing sehingga dapat bersaing dengan kompetitor di pasaran.Keunggulan bersaing menunjukkan perbedaan dan keunikannya diantara para pesaing.

Disini penulisakan melakukan penelitian di PJ Monalisa Kudus. Tentunya peneliti mempunyai alasan tersendiri kenapa melakukan penelitian di PJ Monalisa.Karena jenang Monalisa Kudus belum menerapkan strategi keunggulan daya saing, dan selain itu juga karenaUMKM sering yang dianggap remeh oleh sebagian orang, padahal UMKM mampu bersaing dengan perusahaan besar dipasaran dengan keunggulan yang dimilikinya. Oleh karena itu peneliti memilih PJ Monalisa sebagai objek penelitian.PJ Monalisa sendiri merupakan UMKM jenang yang berdiri dan beroperasi di Kudus tepatnya di desa Termulus.Berada di desa bukan menjadi halangan sebuah UMKM untuk tetap maju dan bersaing di pasaran.Hal ini dibuktikan dengan hasil penjualan setiap bulannya yang selalu meningkat walaupun tidak dalam jumlah yang besar. Berikut merupakan data penjualan selama 6 bulan terakhir mulai dari bulan Agustus 2017 sampai dengan Januari 2018.

Tabel 1.1 Data Penjualan 6 Bulan Terakhir

No.	Bulan	Total
1.	Agustus	Rp. 15.250.000,-
2.	September	Rp. 15.790.000,-
3.	Oktober	Rp. 16.508.000,-
4.	November	Rp 17.750.000,-
5.	Desember	Rp. 19.254.000,-
6.	Januari	Rp.19. 742.000,-

Sumber: UMKM Jenang Monalisa

Banyaknya UMKM jenang yang ada di Kudus serta adanya Jenang Mubarok sebagai jenang legendaris di Kudus menjadi pesaing yang berat bagi PJ Monalisa. Oleh karena itumengharuskan PJMonalisa mempunyai strategi keunggulan daya saing tersendiri agar membuat produknya berbeda dan mampu bersaing dengan yang lain. Dengan strategi tersebut maka produknya akan lebih menonjol dan dikenal orang. Walaupun di Kudus jenang merupakan oleh-oleh khas kota Kudus namun harga jenang di Kudus masih terhitung mahal. Oleh karena itu PJ Monalisa membandrol harga yang relatif murah dan terjangkau dengan harapan mampu memenuhi keinginan konsumen dalam berbagai kalangan. Berikut merupakan perbandingan harga PJ Monalisa dengan UMKM jenang lainnya di Kudus.

Tabel 1.2 Perbandingan Harga

Jenis	**Monalisa**	**Jenang Merek K**
Jenang Melon Strowberry	Rp. 22.000,-/kg	Rp. 32.000,-/kg
Jenang Sirsak	Rp. 22.000,-/kg	Rp. 32.000,-/kg
Jenang Kacang	Rp. 23.000,-/kg	Rp. 35.000,-/kg
Jenang Susu	Rp. 23.000,-/kg	Rp. 32.000,-/kg
Jenang Mocca	Rp. 23.000,-/kg	-
Jenang Durian	Rp. 23.000,-/kg	-

Dengan harga yang selisih lumayan jauh tersebut diharapkan banyak dicari oleh konsumen.Selain harga dalam bersaing perusahaan juga harus memperhatikan faktor lain seperti rasa dan varian. Dengan rasa yang manisnya pas dengan bahan-bahan yang alami serta varian rasa yang bermacam-macam membuat jenang Monalisa lebih enak dan tidak membosankan untuk dikonsumsi.

Dengan latar belakang diatas, menjadi dasar pertimbangan penulis untuk mengambil judul ***" Strategi Keunggulan Daya Saing Melalui Analisis SWOT Pada PJ. Monalisa".***

1.2. Ruang Lingkup

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam pembahasan, maka dalam penelitian ini penulis membatasi permasalahan sebagai berikut :

1. Peneliti mengambil objek PJ Monalisa yang beralamat di desa Temulus kabupaten Kudus.
2. Penelitian ini untuk menggetahui strategi keunggulan daya saing yang tepat pada PJ Monalisa.
3. Penelitian ini melibatkan konsumen yang berada di Kudus saja.
4. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT.

1.3. Perumusan Masalah

Persaingan dalam dunia usaha yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk memiliki keungulan daya saing.Banyaknya produsen jenang dikudus mengakibatkan persaingan semakin ketat.Banyaknya produsen tersebut menjadi masalah bagi PJ Monalisa.Maka dari itu diperlukan strategi keunggulan daya saing yang tepat, diharapkan agar mampu bersaing secara sehat dengan produsen lainnya dan dapat mengetahui dimana letak keunggulan yang dimilikinya sehingga mampu dijadikan kekuatan dalam bersaing.Dalam penelitian ini, rumusan masalah yang terjadi pada PJ Monalisa adalahbelum adanya strategi keunggulan daya saing dan masih

adanya pesaing yang cukup banyak di Kudus, sehingga persaingan antar produsen jenang semakin ketat.

Maka dapat dibuat pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi lingkungan internal dan eksternal PJ Monalisa ?
2. Bagaimana posisi strategi PJMonalisa ?
3. Bagaimana langkah-langkah strategi yang digunakan PJ Monalisa ?
4. Bagaimanastrategi keunggulan daya saing pada PJ Monalisa dengan melakukan analisis SWOT dalam menghadapi persaingan ?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kondisi lingkungan internal dan eksternal PJ Monalisa.
2. Untuk mengetahui posisi strategi PJ Monalisa.
3. Untuk mengetahui langkah-langkah strategi yang digunakan PJ Monalisa.
4. Untuk mengetahui strategi keunggulan daya saing pada PJ Monalisa dalam menghadapi persaingan.

1.5. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi keunggulan daya saing terutama pada PJ Monalisa dalam pemasarannya.Dan diharapkan pula sebagai referensi bagi penelitian dimasa mendatang.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS