

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini jumlah industri setiap tahun semakin meningkat, sehingga persaingan antar perusahaan semakin ketat. Masing-masing perusahaan memiliki teknik yang berbeda dalam meningkatkan keuntungan perusahaan. Salah satu cara untuk memperoleh keuntungan yang besar adalah dengan cara melakukan pendistribusian barang dengan cepat dan tepat, apabila perusahaan dapat meminimalkan pengeluaran dan memaksimalkan, maka perusahaan akan memperoleh keuntungan yang besar. Setiap perusahaan harus bisa membuat langkah-langkah strategi yang tepat dan berguna untuk kemajuan perusahaannya sendiri. perusahaan di era sekarang dituntut untuk bisa menyusun rancangan-rancangan model untuk persaingan yang akan dihadapi perusahaan Aisyah (2016).

Latar belakang melakukan penelitian di perusahaan ini adalah, perusahaan ini pernah tidak produksi hampir satu bulan. Semua aktifitas perusahaan berhenti kecuali keamanan satpam saja, dikarenakan mesin produksi yang rusak sehingga menyebabkan tidak bisa memenuhi permintaan konsumen. Maka dari ini peneliti berkeinginan untuk melaksanakan penelitian di perusahaan PT. Madura Guano Industri.

Pemasaran adalah kegiatan sosial yang diisi oleh individu dan kelompok untuk sama-sama mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan dengan cara bebas mempertahankan produk dengan pihak lainnya (Kotler, 1997). Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Dipandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam perusahaan, maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya, alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan perusahaan pada umumnya. Ada beberapa faktor yang menentukan konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, yang pertama harga, harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian

konsumen. Yang kedua desain produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Martini (2015). Sedangkan menurut Achidah *Te la* (2016) faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap barang adalah promosi, harga dan desain.

SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

PT. Madura Guano Industri, yang berlokasi di Pulau Madura cukup tanggap dengan situasi tersebut. Perusahaan ini memproduksi pupuk fosfat alam dengan merek dagang “Golden Guano”, jenis pupuk alam ini mengandung fosfat (P_2O_5) 22-25%, mempunyai daya larut 50% lebih dari jumlah kandungan fosfatnya sehingga memudahkan pupuk tersebut diserap oleh akar-akar muda di dalam tanah, mempunyai kandungan CaO 30-40%, dan yang paling penting adalah pupuk ini aman untuk lingkungan.

1.2 Batasan Penelitian

Strategi bersaing pada industri pupuk (Studi kasus: PT. Guano Madura Industri) Labang Bangkalan menggunakan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunies and Threats*).

1.3 Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor dari dalam kekuatan dan kelemahan(*internal factor evaluation*)yang mempengaruhi PT. Madura Guano Industri?
2. Apa saja faktor dari luar, peluang dan ancaman (*eksternal factor evaluation*)yang mempengaruhi PT. Guano Madura Industri?
3. Bagaimana strategi pada industri pupuk PT. Guano Madura Industri di Labang Bangkalan?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui kekuatan dan kelemahan PT. Madura Guano Industri.
2. Mengetahui peluang dan ancaman PT. Madura Guano Industri.
3. Mengetahui strategi apa yang harus dilakukan oleh PT. Madura Guano industri.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Tercapainya visi, misi PT. Guano Madura Industri.
2. Dapat mempertahankan industri.
3. Dapat mengetahui Strategi pemasaran pada industri pupuk (Studi kasus: PT. Guano Madura Industri) Labang Bangkalan menggunakan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*).