

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Seiring dengan berkembangnya jaman dan kebutuhan yang meningkat manusia dituntut untuk bisa memenuhi kebutuhan hidupnya yang semakin beragam dan bervariasi mulai dari kebutuhan pokok, kebutuhan pelengkap, hingga kebutuhan yang tak terduga. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut manusia diharuskan untuk bekerja sehingga dapat memperoleh penghasilan dan dapat memenuhi kebutuhan tersebut salah satunya dengan berwirausaha dalam dunia usaha persaingan usaha juga semakin kompetitif.

Salah satu persaingan usaha yang cukup kompetitif adalah usaha penjualan obat herbal dengan latar belakang dan alasan, saat ini banyak orang yang mulai pengobatan dengan cara mengkonsumsi obat-obatan herbal sebagai alternatif untuk menyembuhkan penyakit. Bisnis obat herbal ini sendiri tumbuh berkembang mulai dari industri, produksi, pemasaran, serta distribusinya. Bisnis obat herbal sendiri sangat berkembang pesat ditunjang oleh ketersediaan bahan baku di Indonesia yang melimpah sehingga ada keberlanjutan ketersediaan bahan baku dan produksinya.

Kondisi faktual Indonesia sebagai sumber daya alam hayati melimpah nomor dua setelah Brazil berpeluang sebagai produsen produk-produk yang mengandalkan bahan baku dari alam.

Indonesia memiliki sekitar 30.000 spesies yang telah diidentifikasi dan 950 spesies diantaranya diketahui memiliki biofarmaka yaitu tumbuhan, hewan, maupun mikroba yang memiliki potensi sebagai obat, makanan dan kesehatan yang baik untuk manusia, hewan maupun tanaman. lebih dari 180 spesies digunakan untuk ramuan obat tradisional di Indonesia (*Sampurno,1999*) tentunya dengan ini banyak sekali usaha-usaha yang bermunculan khususnya di indonesia.

Hal ini dilihat dari usaha yang bermunculan baik skala kecil, menengah dan besar dan semuanya berlomba untuk memenangkan hati konsumennya agar usaha yang mereka jalankan dapat terus bersaing dengan persaingan yang semakin gencar.maka dari itu diperlukan strategi yang matang dan kompetitif agar usaha tersebut dapat bersaing dalam urusan bisa perusahaan harus lebih selektif dalam mencari,merumuskan dan mengimplementasikan strategi-strategi bisnis yang dibuat agar dapat memenangkan persaingan.*(<http://www.kompas.com>) diunduh pada tanggal 11-02 2015 pukul 11.30).*

Perusahaan harus lebih cermat dalam membaca serta mengantisipasi keadaan pasar sehingga dapat menciptakan produk-produk yang unggulan dan berkualitas. Persaingan di dunia bisnis yang semakin meningkat dan ketat membuat para pelaku usaha mencari strategi yang tepat untuk bersaing dan memenangkan persaingan.

Strategi bersaing sendiri adalah cara bagaimana pelaku usaha untuk mengembangkan rencana bersaing sekaligus bertahan dalam dunia usaha, apa yang menjadi tujuan usaha tersebut dan kebijakan apa yang akan dilakukan.

Dalam hal memberikan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan konsumen melalui usaha yang dimilikinya dalam bisnis harus menerapkan strategi-strategi brilian yang nantinya dapat bersaing dengan persaingan yang semakin kompetitif dan dapat bertahan di pasaran, salah satunya dengan menerapkan analisis SWOT dimana suatu usaha dapat menganalisis kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) agar usaha tersebut dapat menjadi lebih baik dan berkembang lagi. analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor-faktor secara sistematis untuk merumuskan dan mengelola strategi perusahaan yang dilandasi pada logika yang dapat diidentifikasi dengan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), sekaligus meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti 2014).

Dalam dunia kewirausahaan tahap awal dalam menyusun strategi adalah mencari kekuatan, kelemahan, dan ancaman yang dimiliki oleh suatu usaha, analisis SWOT memungkinkan oleh suatu usaha untuk mengimplementasikan strategi sebagai tahap untuk menjalankan usaha dan tujuannya.

Dalam analisis SWOT sendiri informasi dikumpulkan dan dianalisis untuk nantinya segera dikembangkan agar berjalan dengan baik dan sesuai apa yang diinginkan, di satu sisi juga diperhatikan faktor eksternal seperti peluang dan kesempatan yang nantinya akan timbul serta ancaman yang diperkirakan muncul dan mempengaruhi usaha yang dilakukan.

SWOT merupakan alat untuk menganalisis baik internal maupun eksternal suatu organisasi SWOT digunakan untuk memahami situasi asli posisi obyek yang dianalisis (David, 2010).

Seperti diketahui analisis SWOT melibatkan analisis yang dilakukan pada lingkungan internal dan eksternal perusahaan analisis tersebut menjadikan kunci sukses serta mempengaruhi jalannya perusahaan. oleh sebab itu penting bagi perusahaan untuk mengetahui kunci sukses eksternal dan internal dalam lingkungan perusahaan.

CV Mokolay Mitra Utama sendiri merupakan salah satu unit usaha yang bergerak di bidang perkebunan manggis dan durian di Desa Samongari Kabupaten, Purworejo, Jawa Tengah yang tenaga kerjanya juga memberdayakan penduduk asli di desa sekitar. Daerah tersebut menjadi pilihan karena merupakan penghasil buah manggis dan durian unggulan yang ditunjang dengan tanah yang subur dan sumber air yang tak pernah kering, produksi utamanya adalah teh kulit manggis yang dinamakan Gisthone penggabungan dari manggis dan xanthone.

Produk Gisthone sendiri terdiri dari jus buah manggis dalam botol, minuman kulit manggis dalam botol, teh kulit manggis kering, kapsul dari kulit manggis dan selai manggis. awal mula usaha ini adalah untuk misi sosial karena ingin menyejahterakan penduduk dari desa samongari sendiri, tapi dari kelamaan usaha ini menjadi besar dan berkembang, seiring dengan berkembangnya usaha teh kulit manggis sendiri banyak pesaing-pesaing yang bermunculan dengan merk dagang dan kualitas yang bermacam-macam.

Dengan kondisi seperti ini tentunya diperlukan strategi-strategi yang tepat dan jitu dalam pengelolaan perusahaan untuk memenangkan persaingan yang ada juga untuk meningkatkan laju penjualan. dengan adanya alat analisis SWOT ini bisa membantu menganalisis bagian-bagian mana saja yang kurang dan harus diperbaiki lagi, kita bisa mengetahui strenght (*kekuatan*), weakness

(*kelemahan*), opportunity (*peluang*) dan threats (*ancaman*) sehingga bisa menjadi bahan evaluasi perusahaan.

Berdasarkan pada uraian di atas, penelitian ini berjudul : **STRATEGI ALTERNATIF PENGEMBANGAN PRODUK GISTHONE CV MOKOLAY MITRA UTAMA BERDASARKAN ANALISIS SWOT.**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimanakah strategi alternatif pengembangan produk Gisthone CV Makolay Mitra Utama berdasarkan analisis SWOT ”

## **1.3 Tujuan penelitian**

Dari latar belakang dan perumusan masalah yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk menentukan strategi alternatif pengembangan produk Gisthone CV Makolay Mitra Utama berdasarkan analisis SWOT’

## **1.4 Manfaat penelitian**

### **Bagi Perusahaan**

Sebagai bahan masukan perusahaan untuk menentukan Strategi Alternatif dalam meningkatkan strategi bersaing yang baik agar perusahaan dapat berkembang dan bertahan di dunis bisnis.

### **Bagi Penulis**

Sebagai pemahaman tentang mengelola usaha dengan menggunakan analisis SWOT dan dapat menjadi ilmu untuk terjun di dunia kewirausahaan di kemudian hari.

## 1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

- Bab I      Pendahuluan meliputi : Latar belakang, Rumusan Masalah, Tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan
- Bab II      Landasan teori meliputi : Merupakan tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis yang akan menguraikan berbagai teori dan konsep yang relevan samapai dengan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini.
- Bab III      Metode penelitian meliputi : daerah dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, teknik pengumpulan data, model analisis, definisi variabel
- Bab IV      Hasil dan analisis data  
Meliputi hasil penelitian dan analisis data dari responden untuk menjawab dari penelitian yang diteliti
- Bab V      Penutup Berisikan tentang kesimpulan penelitian dan saran bagi pengguna untuk meneliti penelitian selanjutnya