

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut para pemilik usaha untuk selalu memiliki strategi agar usaha dapat bertahan dan terus berkembang dalam situasi tersebut. Tingkat persaingan ini memaksa setiap usaha untuk menghasilkan berbagai ide inovatif yang berbeda untuk mengalahkan persaingan, terutama untuk usaha yang beroperasi di industri yang sama (Irdha Yanti Musyawarah, 2022). Persaingan ketat yang melibatkan banyak pelaku usaha tentunya menuntut para pelaku usaha tersebut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan kondisi bisnis. Dalam menghadapi persaingan ini, menjalankan usaha memerlukan strategi yang baik untuk membantu pemilik usaha mengantisipasi dampak dari peristiwa tersebut dan mampu bersaing. Strategi adalah rencana yang dikembangkan oleh seorang eksekutif perusahaan yang berfokus pada tujuan jangka panjang yang akan meningkatkan kualitas bisnis Perusahaan (Rangkuti, 2017). Tentunya dalam setiap bisnis dia memiliki strategi untuk melancarkan bisnis yang telah dia buat. Strategi memegang peranan penting dalam berfungsinya suatu bisnis, baik itu bisnis di industri kemasan makanan atau bisnis lainnya ada strategi terbaik untuk memfasilitasi operasi bisnisnya.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang

yang mengetahui hal tersebut. Dalam strategi pemasaran ada dasar tindakan yang mengarah pada kegiatan pemasaran dari suatu perusahaan dalam kondisi persaingan lingkungan yang selalu berubah-ubah dengan harapan dapat mencapai tujuan sebelum suatu perusahaan menetapkan suatu strategi pemasaran yang akan dipakai, terlebih dahulu harus melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya dipasar tersebut. Tujuannya agar dapat ditentukan kegiatan pemasaran apa yang cocok untuk diterapkan (Esterlina Hutabarat, 2017).

UD. Rindang Plastik merupakan sebuah toko yang menjual pekakas rumah tangga berbahan plastik seperti baskom, gelas, dan lain-lain. UD. Rindang Plastik berdiri pada bulan Agustus 2020. Karena permintaan Styrofoam makanan yang begitu banyak akhirnya UD. Rindang Plastik memutuskan untuk menjadi distributor styrofoam makanan pada bulan Januari 2021 dengan bekerjasama dengan pabrik Styrofoam yang ada di Pasuruan Jawa Timur dan UD. Rindang Plastik menjadi mitra pertama di Kota Banjarbaru. Kondisi tersebut menjadi hal yang penting untuk melakukan kajian mengenai daya saing usaha dengan melakukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat pada UD. Rindang Plastik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka rumusan masalah dalam portofolio ini sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis usaha (finansial dan non finansial) pada UD. Rindang Plastik?

2. Bagaimana analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada UD. Rindang Plastik?

1.3 Tujuan Portofolio Usaha

Tujuan yang dilakukan untuk mencapai suatu perumusan masalah, maka akan terjadi tujuan portofolio usaha tersebut:

1. Menganalisis usaha (finansial dan non finansial) UD. Rindang Plastik.
2. Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha dalam meningkatkan daya saing usaha pada UD. Rindang Plastik.

1.4 Manfaat Portofolio Usaha

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Sebagai sumbangsih dalam pengembangan khasanah ilmu pengetahuan mengenai penetapan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan daya saing usaha.
- b. Diharapkan juga bisa dijadikan bahan rujukan bagi portofolio sejenis yang akan di lakukan oleh pengusaha selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil portofolio usaha ini dapat digunakan sebagai input bagi pemilik usaha dalam upaya peningkatan kemampuan daya saing usaha dengan penetapan strategi pemasaran secara tepat.

1.5 Definisi Operasional

Adapun definisi operasional yang digunakan dalam portofolio usaha ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi, suatu perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan sasaran tertentu

2. Kekuatan, sumberdaya keterampilan, keunggulan-keunggulan lain yang dimiliki oleh perusahaan
3. Kelemahan, keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan
4. Peluang, situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.
5. Ancaman, situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan

