

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Lobster adalah salah satu sumber daya hayati laut penting yang cukup sering ditemui, baik secara lokal pada daerah tertentu maupun global. Lobster merupakan bahan makanan yang populer dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi sehingga banyak dicari dan ditangkap secara global karena nilai jualnya yang cukup tinggi. *Spiny lobster (Famili Palinuridae)* merupakan kelompok lobster yang banyak ditangkap dan dibudidayakan di wilayah perairan selatan, termasuk di wilayah laut Indonesia. *Famili Palinuridae* terdiri atas 8 genera dan memiliki 46 spesies yang terdistribusi secara luas (Holthuis, 1991; Poore, 2004).

Lobster air tawar ini merupakan lobster sungai, yang mana harganya cukup mahal bagi kalangan menengah ke bawah sehingga kurang pas jika pangsa pasarnya kaum menengah ke bawah, ditambah lagi usaha ini masih terbilang baru. *Blaster Farm* saat ini bisa dikatakan usaha baru yang cukup besar, yang mana masih banyak potensi yang bisa digali dalam pengembangannya. Pada *Blaster Farm* dapat dilihat seberapa besar kekuatan yang dimiliki dibanding usaha lobster lainnya, sehingga dapat dilihatlah peluang-peluang yang nantinya bisa menjadi promosi dan perkembangannya kedepan.

Dalam kondisi seperti ini bisa digunakannya strategi pemasaran agar kondisi pasar meningkat dan stabil. Keadaan tersebut dapat dicapai apabila perusahaan berhasil memasarkan produk yang dihasilkan dengan baik. Gelombang naik turunnya penjualan dipengaruhi oleh dua hal yaitu faktor internal dan eksternal. Dalam pemasaran diperlukan pengetahuan tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) dari produk yang ditawarkan agar produk bisa lebih baik dalam pandangan masyarakat serta mempermudah dalam menjalankan tugas dan mencari solusi yang ideal kedepannya.

Analisis *strength, weakness, opportunity, threats* (SWOT) ini adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi (Rangkuti, 2006). Menurut (Erika, 2010) analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun juga dapat meminimalkan

kelemahan dan ancaman. Analisis SWOT juga berfungsi untuk mengetahui posisi suatu usaha atau bisnis. Karena fungsi SWOT dinilai penting dan sangat berpengaruh pada kemajuan bisnis atau usaha sehingga dirasa perlu adanya analisa SWOT agar dapat membantu *owner* dalam mengelola dan meningkatkan produktifitas penjualan.

Berdasarkan kondisi tersebut maka Peneliti mengangkat penelitian dengan judul “**Strategi Pemasaran Lobster Berdasarkan Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threats* (SWOT) di Perusahaan *Blaster Farm*”**

1.2. Rumusan Masalah

Penelitian dilakukan pada usaha lobster tawar yang dilakukan *Blaster Farm* di Lubuk Basung. Pada rumusan masalah penelitian ini menggunakan analisa strategi pengelolaan dengan metode analisis SWOT yang difokuskan terhadap bisnis atau usaha, karena tingkat persaingan yang naik dan strategi pemasaran yang bisa ditingkatkan serta penjualan dan pendapatan yang tidak konstan.

Analisis SWOT yang digunakan adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam analisa SWOT. Dalam penelitian ini ada empat faktor yang akan dilakukan pengamatan yaitu *strength, weakness, opportunities* dan *threats*.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan utama yang ingin dicapai dari penelitian tugas akhir yaitu mengembangkan strategi pemasaran usaha lobster, adapun sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan (kondisi internal) serta peluang dan ancaman (kondisi eksternal) pada lobster.
2. Merumuskan strategi pengembangan usaha lobster.

1.4 Batasan Masalah

Pada pembuatan tugas akhir diperlukan adanya batasan masalah sebagai acuan dan menjadi terarah. Berikut merupakan batasan-batasan masalah yang ditemukan pada penelitian ini:

1. Kajian difokuskan/dilakukan pada usaha atau bisnis lobster.
2. Penelitian dilakukan di kota Lubuk Basung, pada tahun 2021.
3. *Tools* dan instrumen yang digunakan dalam mengembangkan strategi adalah dengan metode SWOT.

1.5 Sistematika Penelitian

Pada pembuatan laporan Tugas Akhir ini diperlukan sistematika penulisan yang jelas, berikut sistematika penulisan dalam penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjelasan dan gambaran permasalahan secara umum yang menjadi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan pada pembuatan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori pendukung yang digunakan sebagai pedoman dan acuan dalam melakukan penelitian agar penelitian berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan penelitian pendahuluan, pendekatan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data dan sampel yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan tentang profil perusahaan (usaha), pengumpulan data serta pengolahan data tentang analisa strategi pengelolaan usaha.

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dilakukan evaluasi terhadap hasil strategi pemasaran yang didapatkan setelah dilakukan penelitian.

BAB VI PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran yang dapat diberikan kepada *owner*.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN