

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era modern saat ini, kebutuhan energi semakin meningkat seiring dengan bertambahnya populasi dan perkembangan teknologi. Namun, penggunaan bahan bakar fosil yang merupakan sumber energi utama dunia semakin terbatas dan memiliki dampak negatif terhadap lingkungan, seperti emisi karbon yang tinggi. Oleh karena itu, muncul kebutuhan mendesak untuk menemukan sumber energi alternatif yang ramah lingkungan dan dapat diperbarui. Salah satu sumber energi terbarukan yang berpotensi besar adalah biomassa, yang diolah menjadi pellet biomassa sebagai bahan bakar di indonesia, karena memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan dalam mengatasi krisis energi (Yuliati, et al., 2019).

Pellet biomassa merupakan bahan bakar yang terbuat dari bahan organik seperti limbah pertanian, limbah kayu, dan sisa-sisa tanaman. Pellet ini memiliki keunggulan seperti kadar air rendah, densitas energi tinggi, dan kemudahan dalam penyimpanan dan transportasi, sehingga menjadi alternatif yang menarik dibandingkan dengan bahan bakar konvensional. biomassa dapat digunakan untuk potensi energi alternatif karena senyawa hidrokarbon merupakan hal terpenting dalam suatu bahan bakar (Sunaryo et al., 2018). Di Indonesia, penggunaan pellet biomassa masih tergolong baru, namun potensinya cukup besar mengingat ketersediaan bahan baku yang melimpah.

Laboratorium Teknik Mesin Universitas Malikussaleh merupakan salah satu instansi yang mendukung pembuatan pellet biomassa, namun, pemasaran pellet biomassa masih menghadapi berbagai tantangan. Kurangnya kesadaran masyarakat akan manfaat dan kegunaannya, serta minimnya infrastruktur pendukung, menjadi kendala dalam pengembangan pasar produk ini. Oleh karena itu, analisis pemasaran yang komprehensif diperlukan untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran pellet biomassa di Indonesia.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk analisis tersebut adalah SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kondisi internal dan eksternal perusahaan dalam rangka mencapai tujuan bisnis tertentu (Nugroho & Yunita, 2024). Metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) ini memungkinkan penilaian dari berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pemasaran pellet biomassa. Analisis SWOT adalah metode perencanaan setrategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), dan kelemahan (*weaknesses*) internal organisasi, serta peluang (*opportunities*) dan ancaman atau tantangan (*threats*) eksternal suatu organisasi atau proyek atau suatu spekulasi bisnis. Analisis SWOT dilakukan dengan tujuan untuk mengenali tingkat kesepian setiap fungsi dari keseluruhan setiap usaha yang diperlukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Berhubung tingkat kesiapan fungsi ditentukan oleh tingkat kesiapan masing-masing faktor yang terlibat dari setiap fungsi, maka analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dilakukan terhadap keseluruhan faktor dalam setiap fungsi, baik faktor internal maupun eksternal. Agar dalam melakukan analisis bisnis pelaku bisnis dapat mengidentifikasi masalah dan faktor-faktor yang mempengaruhi serta menemukan solusinya. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien untuk memperluas pangsa pasar pellet biomassa di Indonesia. Melalui analisis ini, diharapkan perusahaan mampu meningkatkan daya saing produk pellet biomassa di pasar energi terbarukan yang berkelanjutan.

Berdasarkan permasalahan diatas maka Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dalam Strategi Pemasaran Produk Pellet Biomassa**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) produk pellet biomassa dalam konteks pemasaran?
2. Peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) apa yang dihadapi produk pellet biomassa di pasar?
3. Bagaimana rekomendasi strategi pemasaran yang dihasilkan dari analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk meningkatkan daya saing pellet biomassa?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal dari produk pellet biomassa.
2. Menemukan peluang dan ancaman eksternal yang memengaruhi pemasaran produk ini.
3. Merumuskan strategi pemasaran yang sesuai berdasarkan hasil analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
  - a. Dapat memahami konsep rumusan strategi pemasaran untuk mendalami cara memasarkan sebuah produk.
  - b. Dapat berperan memberikan solusi berkelanjutan untuk mengurangi dampak lingkungan melalui pemasaran pellet biomassa.
  - c. Dapat memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Malikussaleh.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat menambah referensi/sumber kajian terdahulu mengenai manfaat dari perumusan strategi pemasaran penjualan pellet biomassa yang tepat dengan menggunakan metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pelaku usaha mengenai pentingnya menggunakan strategi menggunakan metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dalam merumuskan perencanaan pemasaran.

4. Bagi Pengembang Disiplin Ilmu

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengeksplorasi topik serupa, sekaligus menjadi sumber referensi mengenai strategi pemasaran penjualan.

## **1.5 Batasan Masalah dan Asumsi**

### **1.5.1 Batasan Masalah**

Adapun Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produksi pellet biomassa dilakukan di laboratorium teknik mesin Universitas Malikussaleh pada tahun 2024.
2. Penelitian ini berfokus pada aspek strategi pemasaran tanpa menyertakan perhitungan rinci tentang aspek biaya produksi, distribusi, atau logistik pellet biomassa.

### **1.5.2 Asumsi**

Adapun Asumsi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kondisi lingkungan pada saat data dikumpulkan relatif stabil dan representatif untuk periode waktu yang diteliti.
2. konsumen dan industri di Indonesia semakin peduli terhadap dampak lingkungan dan terbuka pada pilihan bahan bakar yang lebih ramah lingkungan, termasuk pellet biomassa.

3. permintaan terhadap energi terbarukan di Lhokseumawe akan meningkat seiring meningkatnya kesadaran lingkungan dan kebutuhan akan sumber energi yang lebih berkelanjutan.

