

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki hasil pertanian yang sangat potensial untuk dimanfaatkan, salah satunya adalah hasil pertanian kacang tanah. Jawa Timur merupakan wilayah sentra penghasil kacang tanah terbesar di Indonesia dengan jumlah produksi sebesar 114.413,5 ton (sumber: Badan Pusat Statistik 2017). Kabupaten Jember merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur dengan produksi kacang sebesar 1.799 ton (sumber: Badan Pusat Statistik 2020). Jumlah tersebut memang bukan jumlah produksi kacang tanah terbesar di Jawa Timur, akan tetapi Kabupaten Jember berpotensi untuk mengembangkan usaha olahan berbahan baku kacang tanah. Produk kacang tanah sebagai bahan olahan pangan berpotensi dan berperan dalam menumbuhkembangkan industri kecil menengah. Berkembangnya industri pangan berbahan baku kacang tanah membuka peluang kesempatan kerja dimulai dari proses budidaya, panen, industri pengolahan, transportasi, sampai pada pasar. Salah satu contoh industri pangan berbahan baku kacang tanah adalah usaha kue kacang.

Suatu usaha membutuhkan usaha dari pemilik agar usaha yang dijalankannya dapat bertahan dan berkembang. Keberhasilan suatu usaha dalam mencapai tujuannya ditentukan oleh pihak manajemen dalam mengkondisikan suatu keadaan untuk mencapai tujuan tersebut. Pihak manajemen harus dapat menganalisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal dari perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap usaha yang dijalankannya agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara baik dan maksimal. Lingkungan internal tersebut berupa kelebihan dan kelemahan perusahaan itu sendiri, sedangkan lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman dari luar perusahaan. Dengan mengetahui kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan maka dapat dirumuskan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan tersebut.

Strategi pemasaran merupakan salah satu hal penting diterapkan dalam suatu usaha mengingat pemasaran itu sendiri merupakan ujung tombak suatu usaha dalam hal penyampaian produk ke konsumen. Perencanaan pemasaran yang strategis bertujuan untuk mengetahui kondisi lingkungan perusahaan sehingga perusahaan dapat segera mengetahui apabila terjadi perubahan lingkungan dan dapat segera mengantisipasinya. Perencanaan yang strategis penting dilakukan oleh sebuah usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya terlebih bagi usaha olahan makanan karena selera konsumen seringkali berubah setiap waktu dan pesaing dengan produk olahan makanan yang sama seringkali tiba-tiba muncul.

Industri rumah tangga Faiq merupakan salah satu usaha olahan makanan yang mengolah hasil pertanian kacang tanah menjadi kue kacang dengan varian rasa original dan coklat. Usaha ini didirikan oleh Bu Faiq pada tahun 2015 di Desa Mayang Kabupaten Jember. Seiring dengan berjalannya waktu, industri rumah tangga milik Bu Faiq mampu bertahan dan berkembang dengan baik. Hingga sampai saat ini industri rumah tangga milik Bu Faiq telah memproduksi kue kacang yang mencapai rata-rata 400 toples setiap harinya bahkan meningkat hingga rata-rata 650 toples setiap harinya pada saat menjelang lebaran, hari raya nyepi, imlek, dan tahun baru. IRT Faiq merupakan salah satu pemasok kue kacang pada distributor yang telah memiliki merk terkenal di Kabupaten Jember yaitu kue kacang "Mak Enak". Pemasaran Kue kacang Bu Faiq saat ini tidak hanya dilakukan di daerah Kabupaten Jember, tetapi juga di luar daerah Kabupaten Jember seperti di Kabupaten Situbondo, Bondowoso, Lumajang, Surabaya, Trenggalek, dan Bali.

Meskipun telah berkembang dengan baik, bukan berarti membuat industri rumah tangga Faiq terlepas dari masalah. Masalah yang dihadapi industri rumah tangga Faiq yaitu harga bahan baku yang terus meningkat akan tetapi konsumen meminta harga produk tetap sama dengan awal produksi kue kacang. Masalah lain yang dihadapi oleh industri rumah tangga Faiq yaitu memiliki banyak pesaing dengan produk sejenis dan lokasi yang berdekatan, baik pesaing usaha yang telah lama berdiri maupun pesaing yang baru berdiri. Produk yang dihasilkan oleh

usaha pesaing pun memiliki harga yang bervariasi bahkan ada pesaing usaha yang mampu memberikan harga produk lebih rendah dibandingkan produk dari industri rumah tangga milik Bu Faiq. Kondisi tersebut seringkali membuat konsumen beralih memilih produk sejenis dengan harga yang lebih murah sehingga membuat industri rumah tangga Faiq mengalami penurunan omset selama dua tahun terakhir terutama pada saat pandemic covid-19. Rata-rata omset perbulan kue kacang produksi IRT Faiq selama lima tahun terakhir adalah pada tahun 2016 sebesar Rp. 45.000.000,-, tahun 2017 sebesar Rp. 56.000.000,-, tahun 2018 sebesar Rp. 60.000.000,- tahun 2019 sebesar Rp. 48.000.000,-, dan tahun 2020 sebesar Rp. 40.000.000,-.

Berdasarkan permasalahan yang sedang dihadapi industri rumah tangga Faiq, diperlukan adanya suatu strategi pemasaran yang tepat agar usaha kue kacang milik Bu Faiq dapat terus bertahan dan berkembang bahkan dapat memenangkan persaingan. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan analisis strategi pemasaran yang tepat bagi industri rumah tangga milik Bu Faiq dalam memasarkan produknya dengan mempertimbangkan aspek kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman perusahaan dengan menggunakan matriks SWOT untuk menentukan pengambilan keputusan serta menggunakan matriks QSPM untuk menentukan prioritas strategi pemasaran yang tepat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Apakah yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) bagi pemasaran kue kacang yang diproduksi industri rumah tangga Faiq di Desa Mayang, Jember?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran kue kacang yang diproduksi industri rumah tangga Faiq di Desa Mayang, Jember?
3. Bagaimana prioritas strategi pemasaran kue kacang yang diproduksi industri rumah tangga Faiq di Desa Mayang, Jember?

### 1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pemasaran kue kacang yang diproduksi industri rumah tangga Faiq di desa Mayang, Jember.
2. Merumuskan alternatif strategi pemasaran kue kacang yang diproduksi industri rumah tangga Faiq di Desa Mayang, Jember.
3. Mengetahui prioritas strategi pemasaran Kue Kacang yang diproduksi industri rumah tangga Faiq di Desa Mayang, Jember.

### 1.4 Manfaat

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan yang telah disebutkan, maka penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi pemilik usaha dalam pengambilan keputusan manajemen perusahaan yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

2. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, peneliti menjadi tahu apa yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) bagi pemasaran kue kacang pada industri rumah tangga Faiq di Desa Mayang, Jember.

3. Bagi Pembaca

Dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin lebih mendalami tentang strategi pemasaran pada suatu perusahaan agroindustri.