

## **BAB 1.PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Agroindustri adalah salah satu bentuk industri hilir yang berbahan baku produk pertanian dan menekankan pada produk olahan dalam suatu perusahaan atau industri. Selain itu, agroindustri juga merupakan tahapan pembangunan sebagai kelanjutan pembangunan pertanian sebelum mencapai pembangunan industri. Pengembangan aspek perekonomian mampu bersaing dan bertahan dalam segala kondisi. mulainya menjalankan dunia bisnis agroindustri atau pabrik dapat menciptakan lapangan pekerjaan, terutama bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan. Kegiatan dari pabrik merupakan salah satu aspek perekonomian yang harus diperhatikan sistem pemasarannya agar mendapatkan laba yang diinginkan. Pemasaran sering disebut dengan arti penjualan. Pengertian pemasaran sebenarnya memiliki arti yang luas, begitupun sebaliknya penjualan merupakan sebagian dari kegiatan pemasaran. Pemasaran tidak hanya mengenai kegiatan menjual barang dan jasa, tetapi mencangkup beberapa kegiatan lain seperti riset mengenai perilaku konsumen, riset mengenai potensi pasar, kegiatan untuk mengembangkan produk baru serta kegiatan mendistribusikan dan mempromosikan barang yang akan di perjualkan.

Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Penyusunan rencana usaha secara menyeluruh dilandasi oleh strategi pemasaran. Penetapan strategi pemasaran digunakan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasaran. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran. Perencanaan strategi pemasaran dilakukan dengan mengembangkan keunggulan bersaing dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran, wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran, untuk memperoleh suatu

hasil yang optimal. Akurasi dan ketepatan strategi pemasaran akan menentukan keberhasilan dalam mengejar keuntungan yang berkelanjutan. Strategi pemasaran yang baik akan memberikan gambaran yang jelas dan terarah. Agar dapat bertahan di dalam dunia bisnis dengan persaingan yang kuat, maka perusahaan dituntut dapat menguasai pasar dengan menggunakan produk yang telah dihasilkan. Dengan melakukan strategi pemasaran adalah salah satu senjata yang ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha. Strategi pemasaran yang efektif, salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau akan lebih baik apabila dapat meningkatkan dari tahun ke tahun sesuai dengan kuantitas/kualitas produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan. Maka pihak manajemen harus membuat suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada dan berusaha mengurangi dampak ancaman yang ada dan menjadi suatu kesempatan (Wulandari, 2014).

Bertambah banyaknya Pabrik Roti mulai menjadi daya tarik sendiri bagi para pembisnis, pasalnya Roti digemari oleh masyarakat dari anak-anak sampai lansia. Pabrik Roti King Bakery ini berlokasi di Jln. Sunan Kalijaga No. 57 Tuban. Kegiatan dari King Bakery merupakan salah satu aspek perekonomian yang harus diperhatikan sistem pemasarannya agar mendapatkan keuntungan. Unit Usaha Pabrik Roti King Bakery merupakan salah satu pabrik yang bergerak dalam bidang usaha industri roti yang telah berdiri sejak tahun 2019. Unit usaha Pabrik Roti King Bakery memiliki 1 pabrik yang berada di Tuban. Awal mula usaha roti ini hanya menerima sebuah pesanan saja tetapi dengan berjalannya waktu usaha ini mulai membuka Toko roti. Produk yang ditawarkan kepada konsumen yaitu roti keju susu, roti taro, roti kenong, roti kopi susu, roti durian, roti vanilla, roti strawberry milk, roti hokaido, roti kering, roti coffe, roti pisang coklat dll. Sasaran konsumen adalah dari kalangan anak-anak sampai lansia. Produk ini dipasarkan di daerah sekitar kota Tuban. Produk roti ini masih termasuk belum dapat meningkatkan daya saing produk, karena banyaknya persaingan antar produk sesama jenis dan karena belum optimalnya promosi yang dilakukan. dilihat dari segi penjualan yang dilakukan mengalami penurunan dikarenakan pandemi Covid19 sehingga menyebabkan penjualan menurun dan Semakin banyaknya usaha yang sama di

bidang sejenis mengakibatkan perusahaan dituntut untuk mencari strategi yang tepat agar tetap mampu bersaing dan meningkatkan penjualan.

Banyaknya Pabrik Roti di Tuban Membuat pabrik roti ini harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat dengan didasari analisa konsumen, analisa situasi serta lingkungan internal dan eksternal. Dengan menganalisa aspek-aspek strategi daripada lingkungan internal eksternal tersebut, maka dapat dievaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*threat*) sebagai dasar pengambilan keputusan untuk merumuskan dan menetapkan strategi pemasaran.

Berdasarkan penjelasan diatas dengan melihat permasalahan yang dihadapi oleh Pabrik Roti King Bakery, maka peneliti akan mengidentifikasi aspek-aspek faktor internal, faktor eksternal dan ancaman. Analisis yang digunakan yaitu metode analisis SWOT dan analisis QSPM untuk mengetahui strategi prioritas. Oleh karena itu, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian “ Strategi Pemasaran Usaha Roti Studi Kasus Pada Pabrik Roti King Bakery di Latsari Kabupaten Tuban.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apa saja yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dalam Strategi Pemasaran Usaha Roti Studi Kasus Pada Pabrik Roti King Bakery di Latsari Kabupaten Tuban ?
2. Bagaimana alternatif Strategi Pemasaran Usaha Roti Studi Kasus Pada Pabrik Roti King Bakery di Latsari Kabupaten Tuban ?
3. Apa yang menjadi prioritas Strategi Pemasaran Usaha Roti Studi Kasus Pada Pabrik Roti King Bakery di Latsari Kabupaten Tuban ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Strategi Pemasaran Usaha Roti Studi Kasus Pada Pabrik Roti King Bakery di Latsari Kabupaten Tuban
2. Menganalisis dan merumuskan alternatif Strategi Pemasaran Usaha Roti Studi Kasus Pada Pabrik Roti King Bakery di Latsari Kabupaten Tuban