

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia mempunyai persaingan usaha yang semakin hari semakin ketat, kondisi tersebut menuntut suatu perusahaan untuk selalu mengembangkan strategi perusahaan agar dapat bertahan dan terus berkembang di tengah gencarnya persaingan usaha contohnya pada industri makanan mie. banyak sekali olahan makanan yang berbahan dasar mie yang bervariasi karena memiliki tekstur yang lembut dan kenyal sehingga disukai oleh kalangan masyarakat Indonesia dari segala macam usia.

Mie merupakan produk pangan yang terbuat dari tepung terigu dengan atau tanpa penambahan bahan pangan lain dan bahan tambahan pangan yang diizinkan. Secara umum mie dibedakan menjadi 2 yaitu mie kering dan mie basah. Mie kering yaitu mie mentah yang langsung dikeringkan dan memiliki kadar air kira-kira 10%. Mie basah yaitu perebusan dari air mendidih sebelum di pasarkan memiliki kadar air sekitar 52%. (Koswara, 2009). Mie basah tidak bisa disimpan terlalu lama karena memiliki kadar air yang cukup tinggi.

Perkembangan zaman yang meningkat dan modern membuat para pengusaha harus mempunyai keunggulan untuk mengelola serta memasarkan suatu produk yang dihasilkan. Meningkatkan penjualan produk suatu usaha diperlukan yang namanya strategi yang tepat. Strategi adalah merupakan respon secara terus-menerus dan adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi (Steiner dan Miner dalam Ranguti, 2008:4). Salah satu caranya dengan mengenalkan produk kepada konsumen. Strategi akan berguna secara optimal bila didukung oleh perencanaan yang terstruktur baik, dalam segi internal maupun eksternal dalam usaha.

Para Pelaku usaha dalam menghadapi persaingan usaha produksi mie mentah yaitu dengan meningkatkan penjualan menggunakan strategi pemasaran yang tepat untuk merebut pelanggan sebanyak mungkin. Apabila para pengusaha produksi mie mentah tidak menetapkan strategi pemasaran yang tepat maka para pengusaha tidak dapat berkembang secara maksimal.

UD Mie Ujang merupakan salah satu usaha dagang yang berdiri mulai tahun 2007 yang berada di gebang kecamatan patrang kabupaten jember. Produk dari Mie ujang adalah Produksi Mie mentah serta kulit pangsit. Akan tetapi yang menjadi produk unggulannya berupa produksi mie mentah .keunggulan lain dari produk mie mentah ini di produksi setiap hari sehingga produk yang dihasilkan kualitasnya terjaga serta tidak menggunakan bahan pengawet yang berbahaya. Awal mula dari usaha ini berupa usaha kecil kecilan tetapi sekarang sudah cukup berkembang. UD Mie Ujang memasarkan produk mie mentah kepada pelanggan yang sudah berlangganan serta kedai makanan atau mengirim ke luar kota jika ada pesanan dan bisa langsung membeli di tokonya. Dalam usaha ini permasalahan yang dihadapi yaitu semakin berkembangnya jaman banyak persaingan usaha mie mentah yang bermunculan sehingga daya saing meningkat serta menurunnya omset atau permintaan karena banyaknya persaingan produksi mie yang sejenis didaerah sekitar tempat usaha dan kabupaten jember. Pesaing usaha produksi mie mentah didaerah tempat usaha yaitu berupa mie gandrung, mie mentah lunike, mie apong, mie mentah 3 putra dan mie mentah pak yitno. Pendapatan dari UD Mie Ujang rata rata sekitar Rp.50.000.000, akan tetapi mengalami penurunan omset dengan pendapatan sekitar Rp. 20.000.000 perbulan.

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh perusahaan tersebut maka peneliti akan menetapkan strategi pemasaran dengan mempertimbangkan aspek kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman menggunakan metode Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan QSPM. Analisis SWOT merupakan metode dalam analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik internal maupun eksternal. Sedangkan QSPM merupakan suatu teknik untuk mengidentifikasi alternatif strategi yang sesuai atau terbaik bagi kondisi perusahaan Sehingga membantu para pengusaha dalam memasarkan produk makanan yang dihasilkan menjadi lebih baik.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha Mie Mentah UD Mie Ujang Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran pada usaha Mie Mentah UD Mie Ujang Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?
3. Bagaimana prioritas strategi pemasaran pada Mie Mentah UD Mie Ujang Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan

1. Untuk Mengidentifikasi dan menjelaskan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha Mie Mentah UD Mie Ujang Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember
2. Untuk Merumuskan dan menjelaskan alternatif strategi pemasaran pada usaha Mie Mentah UD Mie Ujang Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember
3. Untuk Menentukan dan menjelaskan prioritas strategi pemasaran pada usaha Mie Mentah UD Mie Ujang Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember

1.4 Manfaat

1. Bagi Peneliti.
Menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman serta sebagai landasan utama dalam mengatasi masalah yang sedang terjadi pada UD Mie Ujang
2. Bagi Pemilik.
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan mengenai strategi strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran Mie Mentah bagi perusahaan Mie Ujang supaya dapat bersaing dengan Produk mie lainnya.

3. Bagi pihak lain.

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan referensi penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran.