

BAB 1 . PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa ini dunia usaha atau bisnis memasuki era globalisasi, dimana semua pihak sudah dapat secara bebas memasuki setiap pasar yang dikehendaki maupun yang diinginkan baik itu di dalam negeri maupun di luar negeri dengan menggunakan strategi masing-masing. Melihat kondisi yang demikian ini maka sudah seharusnya jika setiap bidang usaha dituntut untuk mengetahui dan mengikuti perkembangan atau perubahan iklim dari setiap kegiatan usaha dalam menetapkan arah kegiatan usahanya. Seperti yang diketahui, bahwa konsep dan strategi pemasaran akan selalu berkembang sesuai dengan perkembangan jaman, sebab dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) telah mencakup strategi pemasaran. Maka dari itulah setiap perusahaan harus mampu mengikuti perkembangan teknologi agar dapat memperluas daerah pasar yang dapat menjamin kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan.

Pemasaran merupakan bagian dari manajemen perusahaan dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan perusahaan dengan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai maka produk akan mudah diterima oleh calon konsumen sehingga calon konsumen dapat membeli produk yang akan dijual atau diproduksi tersebut. Pemasaran yang baik dan lancar akan mempengaruhi hasil yang diinginkan atau naik turunnya volume penjualan pada perusahaan. Selain fokus pada konsumen, perusahaan juga harus memfokuskan perhatiannya pada pesaing (*competitor*).

Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan suatu usaha adalah mencari laba atau keuntungan semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu usaha atau bisnis dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam setiap memasarkan produknya. Perusahaan dapat memproduksi atau menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang

diharapkan, oleh karena itu penentuan harga produk dari suatu perusahaan merupakan masalah yang cukup penting karena mempengaruhi peningkatan penjualan.

Arini Bakery merupakan usaha rumahan (*Home Industry*) yang bergerak dibidang industri makanan yaitu memproduksi roti siap saji dengan berbagai macam varian. Usaha ini sudah berdiri kurang lebih selama sepuluh tahun. Pada tahun 2017 Arini Bakery mulai mempunyai outlet yang terletak di Jl. Sawo, No.5 Kecamatan Tanggul, Kabupaten Jember. Selain praktis, roti yang dihasilkan juga relatif kaya karbohidrat dengan harga yang sesuai dengan jenis produk.

Pada awal mula berdirinya Arini Bakery hanya memproduksi secara kecil-kecilan untuk memenuhi kebutuhan perekonomian keluarganya. Namun, lama-kelamaan ternyata usaha tersebut prospeknya cukup cerah dan menjanjikan. Jenis produk yang dijual pada usaha Arini Bakery yaitu mulai dari roti dengan ukuran kecil sampai dengan ukuran besar, dimana nama produk tersebut antara lain roll abon, muffin dengan varian rasa yang berbeda, roti semir moka, flat banana, mex bread, roti john, dan masih banyak jenis lainnya.

Pada Usaha Arini Bakery dalam menjalankan usahanya tersebar diwilayah Jember, dimana masalah persaingan terhadap produk yang hampir sama juga menunjukkan tingkat persaingan yang semakin tinggi, pesaing menawarkan produknya dengan berbagai kualitas dan berbagai harga. Salah satu kelemahan pemasaran pada usaha Arini Bakery yaitu letak toko atau outlet yang sulit dijangkau oleh masyarakat, selain itu Arini Bakery sebelumnya bekerjasama dengan melakukan produksi atau pemasaran pada outlet atau toko, namun hal itu tidak berjalan lama karena tidak adanya permintaan dari toko tersebut. Sedangkan untuk penjualan dalam satu hari yaitu bisa dilihat dengan perbandingan sekitar 20:100 dimana proses produksi yang dilakukan tidak menentu. Meskipun usaha Arini Bakery memiliki lebih dari 50 jenis roti, namun yang tersedia di outlet Arini Bakery sangat minim, oleh karena itu Arini Bakery tidak memanfaatkan kesempatan atau peluang yang ada untuk menarik minat konsumen.

Berdasarkan uraian diatas bahwa strategi pemasaran memiliki peranan yang sangat penting untuk diterapkan pada suatu usaha, karena dengan

menggunakan strategi pemasaran suatu industri akan mampu berkembang, mendapatkan laba dan dapat meningkatkan volume penjualan produk secara maksimal serta mampu bersaing dengan mengutamakan kualitas dan rasa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi internal dan eksternal dapat mempengaruhi pemasaran Arini Bakery?
2. Bagaimana strategi pemasaran dapat diterapkam dalam pemasaran Arini Bakery?
3. Prioritas strategi apakah yang tepat untuk digunakan pada usaha Arini Bakery?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal dapat mempengaruhi pemasaran Arini Bakery.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran dapat diterapkan dalam pemasaran Arini Bakery.
3. Untuk mengetahui prioritas strategi yang tepat untuk digunakan pada usaha Arini Bakery.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, adapun manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan khususnya mengenai strategi pemasaran di masa yang akan datang. Dengan ini perusahaan dapat mengetahui strategi yang tepat untuk digunakan dalam usahanya.

2. Bagi Instansi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai fasilitas mahasiswa untuk dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya. Lembaga dapat melihat perkembangan lembaga atau instansi dari waktu ke waktu dengan adanya dokumen penelitian tersebut.

3. Bagi Pembaca

Dari hasil penelitian ini menjadi referensi dan informasi bagi orang yang membaca yang akan melakukan penelitian