

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor industri merupakan komponen utama pembangunan ekonomi nasional. Sebagai salah satu negara yang berkembang, peranan industri dalam pembangunan perekonomian Indonesia sangatlah diperlukan untuk meningkatkan stabilitas perekonomian negara. Industri yang berperan dalam kemajuan tersebut tidak hanya industri dengan skala besar tetapi industri kecil dan industri rumah tangga juga memiliki peran yang tidak kalah penting dalam memajukan perekonomian negara.

Peranan usaha kecil di Jawa Timur dirasakan sangat penting terutama dalam aspek-aspek penyediaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi di pedesaan, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan. Saat ini industri mikro, kecil, dan menengah sudah mengalami pertumbuhan cukup baik di Jawa Timur. Berdasarkan sensus ekonomi yang dilakukan oleh badan pusat statistik (BPS) populasi UMKM di Jawa Timur pada tahun 2012 berjumlah 6,8 juta usaha yang terdiri dari 4,1 juta usaha bergerak di sektor pertanian dan 2,7 juta usaha bergerak di sektor non pertanian. Kemudian pada tahun 2016 populasi UMKM di Jawa Timur mengalami peningkatan yang signifikan dengan jumlah 9,59 juta usaha yang terdiri dari 4,98 juta usaha bergerak di sektor pertanian dan 4,61 juta usaha bergerak di sektor non pertanian. Namun, dengan seiring meningkatnya populasi UMKM terdapat beberapa kendala yang masih dihadapi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seperti masalah permodalan, sumber daya manusia (SDM), dan pemasaran. Para pelaku usaha masih banyak yang belum tersentuh teknologi sehingga mereka hanya mampu mengandalkan penjualan secara konvensional.

UD. Dua Putra merupakan salah satu UMKM yang berada di Kabupaten Situbondo yang bergerak di sektor agroindustri. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2000 yang berlokasi di Kelurahan Bloro, Kecamatan Besuki, Kabupaten

Situbondo. Berdasarkan bentuk kepemilikan perusahaan rengginang merupakan usaha dagang (UD). Usaha rengginang UD. Dua Putra ini milik Bapak Jayus yang masih tergolong dalam perusahaan kecil. Berdasarkan bidang bisnis Rengginang UD. Dua Putra merupakan perusahaan industri yaitu industri pangan.

Produksi rengginang UD. Dua Putra memiliki 3 varian rasa yaitu rengginang rasa bawang, terasi, dan ikan. Rengginang berbahan dasar dari beras ketan yang dipasok dari Lumajang. Usaha rengginang memiliki potensi yang besar untuk diolah karena bahan baku yang tersedia dengan baik dan mudah ditemukan di Indonesia. UD. Dua Putra mampu memproduksi rengginang sebanyak 3 kali dalam satu minggu dengan kapasitas produksi 60 kg ketan untuk sekali produksi, dari 60 kg ketan yang diolah menjadi rengginang mampu menghasilkan 120 bungkus dengan berat kemasan 500 gram perbungkus. Alat produksi yang digunakan dalam UD. Dua Putra sangat minim yaitu panci, ember, solet, dan bakul untuk memproduksi rengginang. Selain itu juga menggunakan rigen sebagai alat menjemur rengginang yang terbuat dari kayu berukuran persegi panjang.

Pemasaran produk rengginang UD. Dua Putra dilakukan dengan cara *word of mouth* dan menitipkan pada toko-toko disekitar Besuki. Selain itu pihak perusahaan juga memiliki konsumen tetap yang sering memesan produk rengginang untuk dijual kembali di restoran miliknya yaitu Restoran Malang yang berada di Kabupaten Situbondo.

Penjualan produk rengginang yang diproduksi oleh perusahaan pada tahun 2018 mampu mencapai 400 bungkus perbulan. Namun, seiring dengan munculnya persaingan membuat usaha tersebut mengalami penurunan volume penjualan selama 5 bulan terakhir yaitu pada bulan mei hingga bulan september 2019 dengan rata-rata penjualan 235 bungkus. Hal ini disebabkan adanya beberapa pesaing yang juga memproduksi produk rengginang di daerah Besuki yaitu UD. Juid dengan rata-rata penjualan sebanyak 550 bungkus/bulan, UD. Sanija dengan rata-rata penjualan sebanyak 420 bungkus/bulan, UD. Hadi dengan rata-rata penjualan sebanyak 600 bungkus/bulan.

Produk rengginang yang dihasilkan memiliki cita rasa yang nikmat, aroma yang kuat, serta tekstur yang renyah. Sehingga pihak perusahaan perlu mempertahankan atau meningkatkan kualitas tersebut agar konsumen tidak beralih pada produk pesaing yang sejenis. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan cukup kompetitif dipasaran dan dari segi kualitas produk UD. Dua Putra lebih unggul dibandingkan produk pesaing. Kondisi demikian membuat produk rengginang menjadi pertimbangan bagi para konsumen, dimana kualitas produk sangat penting dan berpengaruh dalam hal kepuasan untuk melakukan pembelian rengginang selanjutnya. Hal ini tentunya dapat menjadi motivasi bagi perusahaan agar mampu mempertahankan pelanggan setia atau bahkan menambah pelanggan baru.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka perlu dilakukan serta diterapkan strategi pemasaran yang tepat yaitu menganalisis faktor-faktor manajemen strategi pada lingkungan internal dan eksternal dengan mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) menggunakan matriks SWOT dalam menentukan pengambilan keputusan mengenai strategi pemasaran yang tepat dan menggunakan matriks QSPM untuk menentukan prioritas strategi yang paling tepat.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) pada pemasaran produk rengginang UD. Dua Putra Besuki Kabupaten Situbondo?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang sesuai untuk produk rengginang yang diproduksi oleh UD. Dua Putra Besuki Kabupaten Situbondo?
3. Manakah prioritas strategi pemasaran produk rengginang yang diproduksi oleh UD. Dua Putra Besuki Kabupaten Situbondo?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) pada pemasaran usaha rengginang UD. Dua Putra Besuki Kabupaten Situbondo.
2. Menentukan dan menganalisis alternatif strategi pemasaran yang sesuai untuk produk rengginang UD. Dua Putra Besuki Kabupaten Situbondo.
3. Menentukan prioritas strategi pemasaran produk rengginang yang diproduksi oleh UD. Dua Putra Besuki Kabupaten Situbondo.

1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis terkait strategi pemasaran dengan menggunakan matriks SWOT dan matriks QSPM sebagai implementasi dari teori yang telah diajarkan. Serta sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Jember.

2. Bagi Pelaku Usaha

Sebagai sumber informasi dan referensi tambahan sekaligus sumbangan pemikiran kepada pihak UD. Dua Putra Besuki Kabupaten Situbondo tentang strategi-strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran rengginang sehingga mampu bersaing secara kompetitif.

3. Bagi Pihak Lain

Bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian atau pengkajian lebih lanjut yang berhubungan dengan strategi pemasaran.