

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha di era modern ini persaingan sangat tinggi, ketat dan pesat sehingga menekan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan persaingan agar dapat menguasai pangsa pasar dalam menggunakan pelayanan, perhatian dan kenyamanan yang terbaik dan membuat konsumen tertarik. Pemasaran produk adalah satu komponen pasca produksi yang perlu mendapatkan perhatian lebih karena pemasaran merupakan salah satu kunci dalam pengembangan usaha. Pemasaran juga merupakan parameter untuk menilai berhasil tidaknya suatu usaha. Karena pemasaran adalah proses akhir dari penjualan dengan harapan mendapatkan keuntungan. Mengingat pemasaran merupakan faktor penting dalam dunia usaha, maka pemilik usaha harus memahami benar tentang masalah pemasaran maupun strategi pemasaran yang akan dan sedang digunakan.

Strategi pemasaran adalah alat atau media yang sangat penting dan diperlukan oleh perusahaan agar dapat berperan aktif dan dapat menguasai suatu pasar yang telah diharapkan. Dengan adanya strategi yang dimiliki atau dilakukan oleh perusahaan kedepannya, maka berdampak baik terhadap perusahaan itu sendiri. Perusahaan dapat merencanakan dan membuat strategi-strategi yang tepat agar mampu mencapai keinginan dan mendapatkan omset penjualan yang diharapkan. Rencana itulah yang kedepannya akan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk perusahaan tersebut dipasaran.

UD. Anugerah adalah merupakan salah satu usaha kerupuk yang berada di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo yang bergerak di sektor agroindustri. Usaha industri ini memproduksi kerupuk dengan bahan baku tepung tapioka, UD. Anugerah memiliki 3 varian rasa yaitu bawang, biasa, terasi. Perusahaan ini berdiri

sejak tahun 2000 yang berlokasi di Jalan Raya Kota Timur KM 1, Besuki 68356. Pemasaran kerupuk produksi UD. Anugerah ini sudah cukup tersebar di beberapa wilayah seperti Situbondo, Bondowoso, dan Banyuwangi. Wilayah pemasaran kerupuk cukup luas tetapi belum mampu memasuki toko – toko kecil seperti toko – toko klontong yang menjual produk kerupuk. Banyaknya industri kerupuk yang berkembang dan menawarkan produk yang bervariasi menjadi ancaman tersendiri bagi usaha kerupuk UD. Anugerah. Sebab hal itu akan menjadi persaingan yang ketat antar usaha kerupuk UD. Anugerah di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo. Namun dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat dan tepat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, maka posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Strategi pemasaran harus dibuat dengan mempertimbangkan dan memperhatikan lingkungan dalam dan luar perusahaan sehingga strategi pemasaran dapat berjalan dengan tepat. Selain itu, dengan strategi pemasaran yang tepat maka perusahaan dapat menghadapi permasalahan di internal dan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis di luar perusahaan, strategi pemasaran akan diterapkan untuk membantu UD. Anugerah dalam mengatasi masalah tersebut yaitu dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM.

Analisis SWOT merupakan alat menganalisis kemampuan internal dan eksternal perusahaan Rangkuti (2017). Sehingga perusahaan dapat menemukan kekuatan yang dimiliki agar memberikan suatu energi yang dapat mengurangi atau meminimalisir kelemahan yang ada. Memberikan informasi tentang adanya peluang untuk menghadapi ancaman-ancaman yang ada. Sehingga dengan analisis ini bertujuan memanfaatkan kekuatan internal untuk menarik keuntungan dari peluang, memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal, menggunakan kekuatan dalam menghindari ancaman. Analisis QSPM merupakan suatu alat analisis yang mengetahui dan menentukan strategi prioritas yang dapat diterapkan dalam perusahaan David (2016) membantu dalam menentukan strategi pemasaran yang paling baik, tepat dan ditentukan untuk memberikan jalan

dalam melakukan peningkatan penjualan produk. Dengan kedua analisis tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan oleh produk kerupuk UD. Anugerah.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Menganalisa faktor internal dan eksternal apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam strategi pemasaran pada produk kerupuk UD. Anugerah di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo?
2. Strategi apakah yang dapat diterapkan dalam pemasaran produk kerupuk pada UD. Anugerah di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo?
3. Strategi prioritas apa yang tepat untuk digunakan oleh usaha kerupuk UD. Anugerah di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa faktor internal dan eksternal apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam strategi pemasaran pada produk kerupuk UD. Anugerah di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.
2. Untuk mengetahui strategi apakah yang dapat diterapkan dalam pemasaran produk kerupuk pada UD. Anugerah di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo
3. Untuk mengetahui strategi prioritas apa yang tepat untuk digunakan oleh usaha kerupuk UD. Anugerah di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo

1.4 Manfaat

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang dikemukakan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Untuk membantu perusahaan mengetahui faktor internal dan eksternal apa saja yang dapat meningkatkan penjualan serta mengetahui strategi alternatif untuk pemasaran kerupuk pada UD. Anugerah di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.

2. Bagi peneliti

Untuk memberikan ilmu baru terhadap peneliti agar mengetahui tentang pemasaran dan strategi pemasaran produk kerupuk dan mengetahui beragam faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran pada produk kerupuk UD. Anugerah di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan atau referensi untuk peneliti selanjutnya tentang strategi pemasaran khususnya pada produk olahan kerupuk dengan bahan baku tepung tapioka.