

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi modifikasi makanan terus berkembang untuk menambah cita rasa ataupun aroma. Bahan baku yang sering digunakan dalam memodifikasi makanan adalah tepung. Menurut Haryanto (2004) bahwa upaya diversifikasi pangan dapat dilakukan dengan mengganti atau memodifikasi pangan yang berbahan dasar tepung terigu dengan pangan lokal yang ada di Indonesia. Tepung sering digunakan untuk bahan baku industry bakery dan pastry. Salah satu olahan pangan berbahan dasar tepung adalah brownies yang dapat dijadikan sebagai alternative pangan. Brownies adalah cake yang mempunyai warna coklat pekat dengan tekstur yang lebih padat karena tidak memiliki campuran bahan pengembang. Kandungan gizi yang terdapat pada brownies tidak hanya mengandung karbohidrat saja tetapi juga mengandung protein serta lemak yang dibutuhkan tubuh.

Permintaan masyarakat terhadap brownies menjadi peluang yang besar bagi para industry pangan, sehingga usaha bakery memproduksi brownies ataupun industri pangan yang khusus memproduksi brownies berkembang dengan pesat dan hal ini, menciptakan persaingan bisnis dengan produk sejenis. Umumnya pendirian sebuah perusahaan hanya berfokus pada peningkatan profit tanpa melakukan perencanaan untuk menghadapi pesaing. Perusahaan seharusnya juga memperhatikan strategi usaha guna mempertahankan usaha agar dapat berkembang dan bersaing dengan kompetitor sejenis. Dalam situasi yang seperti ini, tidak ada pilihan lain bagi perusahaan untuk menghadapinya atau keluar dari persaingan dengan melakukan teknik khusus yang digunakan untuk merencanakan strategi. Dalam melindungi pasar perusahaan harus melakukan sebuah inovasi secara terus menerus. Perusahaan harus terus berusaha meningkatkan efektifitas dan nilai perusahaan dalam pandangan konsumen. Usaha mikro, kecil dan

menengah mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi pembangunan nasional dengan tujuan senantiasa melakukan pemberdayaan lingkungan, terutama pada pemberdayaan masyarakat miskin melalui usaha kecil. Berdasarkan hasil survey yang diproses oleh Badan Pusat Statistik (BPS) provinsi Jatim jumlah UMKM di masing masing kabupaten dan kota, jumlah terbesar ada di Kabupaten Jember yakni sebanyak 424.151 usaha.

Di Kabupaten Jember terdapat banyak UKM yang bergerak di bidang produksi roti dan donat hal tersebut menimbulkan persaingan bisnis yang menyebabkan setiap perusahaan harus memperkuat suatu usahanya dengan strategi pemasaran. Salah satu industri yang memiliki banyak kompetitor adalah Amanda Brownies yang merupakan salah satu usaha *franchise* dari bandung bergerak dibidang industri pangan yang berfokus memproduksi brownies, berdiri sejak tahun 2015 dengan tujuan menjadi perusahaan terbesar dan terdepan dengan kualitas produk dan pelayanan terbaik. Produk yang ditawarkan oleh Amanda Brownies adalah brownies kukus original, brownies kukus dengan varian rasa, brownies bakar, brownies kering, cheese roll, cheese stick, dan pisang bolen keju. Amanda Brownies memiliki ciri khas tersendiri, kualitas produk yang baik serta daya tahan produk original sekitar 4 hari dan produk non original sekitar 3 hari. Pada penjualan per tahun, Amanda Brownies mengalami penurunan dan tidak mencapai target yang di tentukan oleh Amanda Brownies pusat. Berdasarkan hasil rekapitulasi penjualan Amanda Brownies di jalan Gajah Mada tahun 2016 mampu menjual produk sebesar 63.580 produk Amanda Brownies dengan target penjualan sebesar 67.800. Di tahun 2017 Amanda Brownies mampu menjual 62.124 produk Amanda Brownies dengan target penjualan sebesar 67.200 dan di tahun 2018 Amanda Brownies mampu menjual 59.736 produk Amanda Brownies dengan target penjualan 66.600. Penurunan penjualan dan tidak tercapainya target penjualan ini dikarenakan adanya pesaing yang mempunyai kekuatan tersendiri dan bisnis rumahan yang meniru produk amanda brownies, hal tersebut mengakibatkan konsumen beralih kepada produk yang sejenis.

Strategi pemasaran perlu dilakukan oleh Amanda Brownies agar dapat meningkatkan penjualan serta pencapaian target yang telah ditentukan dan

merumuskan strategi yang baik untuk menghadapi persaingan bisnis. Meskipun usaha Amanda Brownies memiliki potensi yang sangat baik, akan tetapi tantangan dan ancaman pasti akan dihadapi diantaranya cuaca yang menghambat proses produksi, harga yang mempengaruhi persepsi konsumen serta persaingan bisnis berkembang yang cukup pesat. Strategi pemasaran suatu kunci keberhasilan yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menyusun sebuah rencana yang pasti dengan secara menyeluruh. Strategi pemasaran didefinisikan sebagai analisis kekuatan dan kelemahan suatu usaha.

Agar dapat menyusun strategi pemasaran tersebut usaha ini harus mampu mengidentifikasi faktor - faktor usaha yang dapat digunakan dalam merumuskan strategi, hal- hal yang berkaitan ialah kelemahan yang dapat diminimalkan, kekuatan yang dapat dikembangkan, peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman untuk antisipasi bagi usaha melalui analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threats* (SWOT). Mengidentifikasi prioritas strategi pemasaran usaha Amanda Brownies dengan menggunakan analisis Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) yang dapat dilakukan untuk menentukan langkah maupun keputusan selanjutnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa sajakah faktor yang menjadi kekuatan(*strength*),kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) pada usaha Amanda Brownies?
2. Bagaimanakah strategi pemasaran yang tepat dalam usaha Amanda Brownies?
3. Apakah prioritas strategi pemasaran usaha Amanda Brownis?

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor yang menjadi kekuatan (strength),kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threat) pada usaha Amanda Brownies.
2. Untuk menentukan alternatif strategi pemasaran yang tepat dalam usaha Amanda Brownies.
3. Untuk menentukan prioritas strategi pemasaran usaha Amanda Brownies di Kabupaten Jember

1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi ilmu pengetahuan
Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan literasi tentang strategi pemasaran di usaha Amanda Brownies.
2. Bagi Pelaku Usaha.
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran pada usaha Amanda Brownies untuk mengatasi masalah dengan adanya strategi pemasaran.
3. Bagi peneliti selanjutnya.
Dapat digunakan sebagai referensi yang akan melakukan penelitian yang sama terkait strategi pemasaran yang dapat memberikan pengetahuan dan perbandingan penelitian antara perusahaan.