

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan ekonomi masyarakat yang mengakibatkan bertambahnya pembangunan industri, khususnya industri kecil.. Persaingan usaha yang semakin meningkat, maka produsen harus mampu memahami keinginan, kebutuhan, dan permintaan konsumen. Terutama pada usaha kecil menengah yang saat ini telah tersebar luas dari daerah perkotaan hingga pedesaan. Industri mempunyai peranan penting yaitu sebagai penambah perekonomian masyarakat dan penyerapan tenaga kerja.

Industri kecil telah di temui di daerah pedesaan dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada disekitar dan mudah di dapat. Salah satunya yaitu ubi kayu atau yang lebih di kenal dengan sebutan singkong. Singkong juga digolongkan sebagai bahan pangan dan juga merupakan makanan pokok ketiga setelah padi dan jagung. Singkong memiliki beberapa keunggulan diantaranya harganya relatif murah dan mudah di dapat serta penanamannya tidak rumit. Menurut Badan Pusat Statistik provinsi Jawa Timur, Potensi singkong pada tahun 2015 mencapai 43.128 ton, dengan melimpahnya jumlah singkong tersebut banyak dimanfaatkan untuk bahan baku pada industri kecil menengah. Singkong dapat diolah menjadi berbagai macam produk salah satunya keripik. Keripik merupakan salah satu makanan yang digemari oleh masyarakat. Keripik singkong adalah makanan yang terbuat dari singkong diiris tipis kemudian digoreng hingga berubah warna menjadi kekuningan dan mengeras.

UD. Tiga Putra merupakan salah satu usaha dagang yang menggunakan bahan baku singkong, untuk menghasilkan produk keripik singkong. UD Tiga Putra sudah berdiri pada tahun 2002 yang berlokasi di Gebang Kabupaten Jember,

merupakan usaha milik bapak Edi dan bergerak dibidang pengolahan singkong. Bahan baku diperoleh melalui kerjasama dengan pihak petani singkong sejak awal pendirian usah.

Pemasaran keripik singkong produksi UD. Tiga Putra sudah tersebar di beberapa kota seperti Jember, Bondowoso, Situbondo, Lumajang, Pasuruan, Surabaya dan bekerja sama dengan beberapa outlet seperti pusat oleh-oleh dan pusat perbelanjaan. Pemasaran untuk wilayah surabaya bekerja sama dengan PU Akas Jember dengan cara dititipkan oleh pihak pemilik. Penjualan keripik singkong UD. Tiga Putra sebelum tahun 2018 kisarannya mencapai 200 ball untuk setiap bulannya. Setiap usaha tentunya mengalami penurunan volume penjualan yang tidak menentu, hal ini disebabkan oleh berbagai faktor dan persaingan usaha yang serupa. Sejak 5 bulan terakhir tahun 2018 hingga saat ini mengalami penurunan volume penjualan, untuk kisaran penjualan stiap harinya saat ini hanya mencapai 50 sampai 70 ball atau sekitar 3 kwintal singkong basah setiap bulannya. Hal tersebut disebabkan karena saat ini daerah pemasaran keripik singkong hanya di beberapa kota saja yaitu Bondowoso, Jember, Situbondo dan Lumajang, memiliki beberapa pesaing yang sama-sama berada di Kabupaten Jember yaitu UD. Sinar Dunia, UD. Putra Group, Gunung Sari, harga bahan baku tidak stabil, kurangnya proses produksi yang hanya dilakukan 2 kali dalam 1 minggu. Oleh sebab itu, perlu adanya strategi pemasaran untuk mempertahankan usaha keripik singkong ini. Data penjualan keripik singkong UD. Tiga Putra pada tahun 2018 saat mengalami penurunan volume penjualan sejak bulan April hingga Agustus, pada bulan April penjualannya sebanyak 150 bal, bulan Mei sebanyak 110 bal, bulan Juni sebanyak 120 bal, bulan Juli sebanyak 100 bal, bulan Agustus sebanyak 145 bal.

Saat ini sudah banyak produk-produk sejenis yang beredar di pasaran. Persaingan pasar menjadi semakin ketat, dan banyak usaha yang berlomba lomba untuk mendapatkan konsumen. Mengingat semakin pesat perkembangan teknologi saat ini, tentunya produsen harus kreatif dalam menciptakan konsep pemasaran. Oleh sebab itu sebagai produsen harus pintar mengikuti era yang semakin hari semakin modern agar dapat mengetahui keadaan pasar dan kebutuhan konsumen saat ini. Semakin banyak persaingan usaha maka, semakin sedikit pula peluang

untuk mendirikan usaha. Setiap usaha yang didirikan harus paham mengenai pemasaran guna untuk memperoleh laba dari hasil penjualan barang tersebut. Pemasaran merupakan suatu kegiatan bisnis yang berguna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Strategi pemasaran sangat penting dalam suatu usaha, sebab strategi pemasaran merupakan langkah yang harus dijalankan oleh perusahaan untuk mencapai target pemasaran. Menurut Amirullah (2015) langkah-langkah utama dalam implementasi strategi pemasaran yang unggul dapat dikelompokkan dalam 5 kegiatan utama yaitu, mengidentifikasi dan manajemen peluang-peluang pasar, mengembangkan dan melaksanakan strategi memasuki pasar, mengembangkan dan melaksanakan strategi penerobosan pasar, mengembangkan dan melaksanakan strategi mempertahankan pangsa pasar, dan mengelola bauran pemasaran. Dari kelima langkah tersebut harus dilakukan dengan cermat melalui pertimbangan yang matang, terutama menghadapi pendatang baru dan pesaing-pesaing yang memiliki keunggulan pada aspek-aspek teknis dan manajemen. Oleh sebab itu lingkungan perusahaan eksternal dan internal berpengaruh besar terhadap keberlangsungan hidup perusahaan tersebut. Permasalahan yang di hadapi oleh UD. Tiga Putra tersebut perlu adanya analisis strategi pemasaran yang tepat untuk mengetahui strategi yang tepat agar usaha keripik singkong tetap berjalan dan semakin berkembang. Analisis strtaegi pemasaran sangatlah penting dalam suatu usaha, karena dengan adanya analisis tersebut suatu usaha dapat menegetahui strategi yang tepat untuk diterapkan dalam perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk melihat permasalahan yang dihadapi oleh UD. Tiga Putra, faktor faktor apakah yang mempengaruhi usaha tersebut dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengambil keputusan mengenai strategi pemasaran kemudian dilanjutkan dengan analisis QSPM (*Quantitive Strategic Planning Matrix*) untuk mengetahui strategi alternatif yang paling tepat untuk diterapkan.

Menurut Rengkuti (2016) Analisi SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT sangat berguna untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk suatu perusahaan.

Perusahaan dapat mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap perusahaan diantaranya faktor internal dan eksternal yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman bagi perusahaan. Dimana dengan adanya analisis SWOT bermanfaat untuk mempertahankan kekuatan dan dan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan, serta meminimalisasi faktor kelemahan dan ancaman bagi perusahaan, sehingga dengan adanya hal tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi usaha yang akan dijalankan untuk mengambil keputusan yang tepat. Menurut David (2016) Analisis QSPM adalah alat yang memungkinkan penyusun strategi untuk mengevaluasi faktor kunci internal. Analisis QSPM bermanfaat sebagai penentu skala prioritas bagi perusahaan agar bisa diterapkan dalam membantu perusahaan untuk menentukan strategi prioritas terbaik untuk strategi pemasaran bagi perusahaan agar semakin berkembang, berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan tersebut yang sebelumnya sudah diidentifikasi pada matriks SWOT. Hasil dari analisis SWOT dan QSPM diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat pada UD. Tiga Putra untuk memasarkan keripik singkong.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apa saja yang menjadi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha keripik singkong UD. Tiga Putra?
- b. Bagaimana strategi alternatif yang sesuai untuk pemasaran keripik singkong UD Tiga Putra?
- c. Apakah strategi prioritas yang tepat digunakan untuk UD. Tiga Putra dalam memasarkan keripik singkong?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah di uraikan maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi produk UD. Tiga Putra.
- b. Menentukan dan menganalisis strategi alternatif yang sesuai untuk pemasaran keripik singkong yang di produksi oleh UD. Tiga Putra.
- c. Menganalisis strategi-strategi pilihan yang diprioritaskan oleh UD. Tiga Putra untuk memasarkan keripik singkong.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Sebagai penambah wawasan dan pembelajaran bagi penelitian mengenai strategi pemasaran yang diperoleh selama perkuliahan dengan menerapkan faktor-faktor yang ada didalam ilmu manajemen pemasaran.
 - b. Sebagai bahan masukan bagi pihak produsen UD. Tiga Putra dalam upaya meningkatkan penjualan dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat.
- Sebagai dasar acuan bagi peneliti yang berhubungan dengan strategi pemasaran.