

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Agroindustri merupakan salah satu bentuk industri hilir yang berbahan baku produk pertanian dan menekankan pada produk olahan dalam suatu perusahaan atau industri. Selain itu, Agroindustri juga merupakan tahapan pembangunan sebagai kelanjutan pembangunan pertanian sebelum mencapai pembangunan industri (Rahmawati, 2017). Salah satu industri makanan yang mengolah hasil pertanian yang menggunakan tepung terigu, telur, mentega dan susu menjadi suatu produk pangan yang siap dikonsumsi adalah industri roti. Jika diperhatikan, industri roti memiliki prospek yang cerah. Hal ini tidak terlepas dari semakin populernya roti di kalangan masyarakat dan didukung oleh pendapatan masyarakat yang semakin meningkat. Mengonsumsi roti juga dianggap dapat meningkatkan gengsi dengan harga yang terjangkau. Roti adalah makanan yang praktis, tidak memerlukan persiapan yang lama. Semakin tinggi kesibukan masyarakat menyebabkan kebutuhan roti semakin tinggi.

Tahun ke tahun, kota Jember menjadi kota yang terus berkembang, dengan banyaknya usaha kuliner bermunculan, termasuk usaha roti. Walaupun kota Jember terus berkembang, namun kebiasaan yang dimiliki oleh masyarakat Jember untuk mengonsumsi makanan tetaplah sama yaitu memilih rasa enak namun tetap murah, termasuk dalam mengonsumsi roti. Melihat persaingan dengan banyaknya toko roti di Jember, dan lokasi Toko Roti 46 yang tepat berada di sebelah Holland Bakery, serta banyaknya toko kue dan roti yang memiliki konsep café di Jember yang bisa dijadikan tempat nongkrong, menjadi faktor permasalahan yang dihadapi oleh Toko Roti 46.

Toko Roti 46 terletak di jalan Trunojoyo nomor 64-66, Kota Jember. Toko Roti 46 ini didirikan pada tahun 1970 oleh Bapak Edy Gunawan sebagai toko roti dengan resep kuno yang diperoleh turun temurun dari ibunya. Toko Roti 46 menyediakan roti perpaduan resep kunci dengan bahan-bahan berkualitas yang

diproses secara modern untuk kualitas terbaik. Hal ini terbukti karena Toko Roti 46 telah mendaftarkan produknya pada Departemen Kesehatan Indonesia dengan nomor DEP KES RI No. SP 107/ 13.32/91 dan telah memiliki perizinan usaha yaitu Nomor Izin Berusaha (NIB). Keunggulan yang dimiliki toko ini adalah masa kadaluarsa yang cukup lama meskipun tidak menggunakan bahan pengawet, *essence*, maupun pewarna. Toko Roti 46 berupaya untuk meningkatkan volume penjualan roti dan menambah jumlah pelanggan dengan cara memberikan berbagai pilihan produk kepada pelanggan dalam mengambil keputusan untuk membeli roti. Peningkatan penjualan produk roti di Toko Roti 46 Jember tidak terlepas dari kegiatan pemasaran produk roti tersebut. Terlebih saat ini terdapat banyak usaha roti lainnya di Kabupaten Jember yang memberikan variasi rasa yang berbeda dan tingkat harga yang berbeda pula.

Strategi pemasaran dapat dijadikan sebagai alat dalam pencapaian tujuan usaha dalam memenangkan persaingan yang kuat. Menurut Kumar *et al.*, (2000) apabila strategi pemasaran berjalan dengan baik maka proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa dalam rangka memuaskan tujuan dapat dicapai dengan baik. Di sisi lain Toko Roti 46 sudah berdiri kurang lebih 50 tahun, Toko Roti 46 belum menunjukkan perkembangan signifikan terhadap kemajuan usahanya. Hal ini dapat dilihat dari minimnya sarana dan prasarana yang dimiliki pencatatan keuangan masih sederhana, serta pengetahuan media jual beli online yang bisa dijadikan sebagai media promosi dalam memasarkan produknya sehingga menyebabkan kinerja pemasaran dan tingkat daya saing perusahaan menjadi kompetitif. Hal lain adalah omset penjualan yang menurun terutama setelah pandemi covid dan banyaknya pesaing baru. Omset sebelum pandemi covid bisa mencapai Rp. 100.000.000 per bulan namun setelah pandemi omset menurun menjadi Rp. 50.000.000 - Rp. 75.000.000 per bulan.

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh Toko Roti 46 di Kabupaten Jember maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi aspek manajemen Toko Roti 46 di Kabupaten Jember, baik dari lingkungan internal maupun eksternal dengan menggunakan metode analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities*,

Threats (SWOT) sehingga dapat menghasilkan alternatif strategi pemasaran yang sesuai, serta menggunakan analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menetapkan prioritas strategi yang tepat dalam pemasaran produk roti di Toko Roti 46 Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diketahui rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja yang menjadi faktor internal (kekuatan serta kelemahan) dan faktor eksternal (peluang serta ancaman) pada strategi pemasaran di Toko Roti 46 Kabupaten Jember?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran di Toko Roti 46 Kabupaten Jember ?
3. Manakah prioritas strategi pemasaran di Toko Roti 46 Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal (kekuatan serta kelemahan) dan faktor eksternal (peluang serta ancaman) pada strategi pemasaran di Toko Roti 46 Kabupaten Jember
2. Menganalisis dan merumuskan alternatif strategi pemasaran di Toko Roti 46 Kabupaten Jember
3. Merumuskan dan menentukan prioritas strategi pemasaran di Toko Roti 46 Kabupaten Jember

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun praktis, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan sebagai dasar pemikiran bagi pihak manajemen Toko Roti 46 di Kabupaten Jember dalam

mengambil keputusan dan menentukan kebijakan yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

2. Bagi Peneliti

Sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan dan menambah wawasan khususnya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, serta melatih penulis untuk dapat mengimplementasikan teori-teori yang sudah di pelajari selama perkuliahan.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat untuk akademika sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya yang memiliki tema serupa dengan penelitian ini, sehingga dapat memberikan perbandingan pada penelitian selanjutnya.