

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri makanan adalah industri yang terkait dengan ketersediaan makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan energi dan nutrisi bagi kehidupan manusia. Segi globalisasi, pertumbuhan dan perkembangan industri saat ini menyebabkan pesatnya laju perekonomian dan meningkatnya permintaan konsumen terhadap suatu produk dalam upaya memenuhi kebutuhan. Indonesia tergolong negara dengan jumlah penduduk sangat banyak. Jumlah penduduk yang besar, tingkat konsumsi masyarakat pun ikut meningkat. Besarnya jumlah penduduk dan tingkat konsumsi masyarakat menjadikan Indonesia dikenal dunia sebagai target pasar potensial. Produk laku ketika dijual di Indonesia. Besarnya tingkat konsumsi masyarakat, Indonesia menjadi target investasi para investor.

Kabupaten Jember merupakan salah satu penghasil singkong. Singkong merupakan komoditi yang pada saat ini menarik untuk dikembangkan, baik sebagai alternatif untuk meningkatkan ketahanan pangan lokal dan nasional maupun sebagai bahan utama dari berbagai macam produk olahan. Berikut hasil panen berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember pada tahun 2021 menghasilkan 960 ton dengan luas area panen seluas 24 Ha (Badan Pusat Statistika, 2022) sedangkan pada tahun 2022 menghasilkan 595 ton dengan luas area panen seluas 34 (Badan Pusat Statistika, 2023). Kabupaten Jember sentra agroindustri berbahan dasar singkong salah satunya yaitu agroindustri tape singkong yang dimanfaatkan menjadi produk olahan dengan nilai tambah yang tinggi yaitu suwar suwir sehingga suwar-suwir merupakan salah satu makanan khas Jember.

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran, untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Ketepatan strategi pemasaran akan menentukan keberhasilan dalam mengejar keuntungan yang berkelanjutan. Strategi pemasaran yang baik akan memberikan gambaran yang jelas dan terarah. Strategi

pemasaran dapat menentukan alternatif tindakan yang memungkinkan perusahaan mencapai misi dan tujuan dengan cara terbaik. UD. Mutiara Rasa merupakan industri pembuatan suwar-suwir. Usaha pengembangan *Home Industry* dalam upaya meningkatkan daya saing mengalami kendala, baik dari pemasaran maupun yang lainnya, seperti, target penjualan tidak tercapai, keuntungan yang diinginkan dan menurunnya penjualan jenis item produk serta tidak merata penjualan setiap item produk

Usaha dagang yang ada di Kabupaten Jember dalam olahan berbahan dasar singkong menjadikan media unggulan penting dilakukan untuk membantu pemerintah meningkatkan pertumbuhan ekonomi wilayah Jember dan menjadikan media mengenalkan produk khas Jember yaitu suwar suwir. Suwar-suwir merupakan salah satu makanan khas Jember yang berbahan dasar ubi kayu yang diinovasikan beberapa rasa tambahan yaitu original, perisa strawberry, vanilla susu, coklat, durian, anggur, nanas, apel.

UD. Mutiara Rasa merupakan salah satu usaha dagang yang memproduksi suwar suwir khas Jember yang berdiri dari tahun 2000 hingga saat ini, domisili dari UD. Mutiara Rasa Jember beralamat di Jl. Cendrawasih, Pancakarya Ajung, Jember yang didirikan oleh Bapak Hanifulloh. Harga pada produk suwar-suwir ini kisaran Rp. 8.000 sampai Rp. 35.000 sesuai berat dan varian rasa dan bentuk kemasan yang disajikan. Pemasaran yang dilakukan pada UD. Mutiara Rasa Jember menjalin kerjasama dengan beberapa kemitraan pusat oleh-oleh dan dijual secara langsung menggunakan media sosial seperti *whatapps*, *instagram*, *facebook* bahkan *market place* seperti *shopee*, *bukalapak* dan *tokopedia*. Pada produk suwar-suwir "Candiber", tingginya persaingan dalam berbisnis pusat oleh-oleh khas Jember semakin meningkat dan naik turunnya penjualan pada produk suwar-suwir yang diproduksi, kurang optimalnya pemasaran yang sudah dijalankan serta efek pandemi yang membuat penjualan menurun drastis sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat pada UD. Mutiara Rasa dengan mengoptimalkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan yang dimiliki UD. Mutiara Rasa untuk mengatasi ancaman-ancaman pada perusahaan lain untuk mengambil peluang yang datang.

Terkait dengan fenomena tersebut, peneliti ingin menganalisis aspek-aspek manajemen strategi dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dapat di evaluasi menggunakan kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) sebagai dasar pengambilan keputusan untuk memutuskan strategi pemasaran pada UD. Mutiara Rasa. Oleh karena itu penulis melakukan suatu penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Suwar Suwir “Candiber” UD. Mutiara Rasa di Jember”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada strategi pemasaran produk Suwar-Suwir “Candiber” pada UD. Mutiara Rasa di Jember?
2. Bagaimana rumusan strategi pemasaran produk Suwar-Suwir “Candiber” pada UD. Mutiara Rasa di Jember?
3. Strategi pemasaran produk Suwar-Suwir “Candiber” manakah yang menjadi prioritas pada UD. Mutiara Rasa di Jember?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang diharapkan yang ingin dicapai yaitu sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada strategi pemasaran produk Suwar-Suwir “Candiber” pada UD. Mutiara Rasa di Jember.
2. Merumuskan alternatif strategi pemasaran produk Suwar-Suwir “Candiber” pada UD. Mutiara Rasa di Jember.
3. Menentukan prioritas strategi pemasaran Suwar-Suwir “Candiber” pada UD. Mutiara Rasa di Jember.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi juga memberikan tambahan wawasan peneliti di bidang pemasaran.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran ilmu pengetahuan khususnya dibidang strategi pemasaran dan dapat dipergunakan sebagai bahan referensi apabila terdapat objek penelitian yang sama.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai dasar pertimbangan untuk memperbaiki kebijakan pengambilan keputusan yang berhubungan dengan strategi pemasaran Suwar-Suwir “Candiber” pada UD. Mutiara Rasa di Jember sehingga dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan jangkauan pasar.