

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan sektor industri di era modern memiliki peran penting pada perekonomian nasional. Bidang industri tersebut salah satunya ialah pada sektor industri pengolahan yang memiliki kontribusi yang cukup tinggi, terlebih pada ekspor Indonesia. Sektor industri pengolahan pada ekspor Indonesia pada tahun 2019 dengan nilai kontribusi 75,5 % terhadap total ekspor Indonesia. Selain itu, sektor industri pengolahan dapat menyerap tenaga kerja mencapai 18,93 juta tenaga kerja (Perindustrian, 2020:1).

Sektor industri pengolahan memiliki beberapa subsektor, salah satunya ialah industri agro yang memiliki peran penting dan strategis dalam perekonomian nasional. Peningkatan kinerja sektor industri agro dapat dilakukan pada penguatan dengan fokus perbaikan sektor hulu pertanian serta hilir pertanian. Upaya tersebut didukung juga oleh pendekatan dengan teknologi industri 4.0 pada sektor pertanian dan industri agro. Sehingga dapat meningkatkan efisiensi *value chain* serta meningkatkan produksi industri agro modern dengan inovasi produk. Revolusi industri 4.0 merupakan tahap terkini pada revolusi industri dunia. Teknologi menghadapi revolusi industri 4.0 tersebut salah satunya ialah *smart farming* atau pertanian pintar yaitu suatu pengelolaan pertanian berbasis teknologi dan inovasi dengan memanfaatkan mesin, peralatan pertanian, serta teknologi digital di sektor pertanian. Sehingga dapat meningkatkan nilai tambah, daya saing yang berkelanjutan (Pangestika, 2020 : 2).

Industri pertanian dari hulu ke hilir meliputi tiga kegiatan, budidaya tanaman atau produksi untuk menghasilkan bahan baku, pengolahan yaitu merubah bahan baku menjadi komoditi yang dapat dipasarkan melalui transformasi produk, dan kegiatan pemasaran dan distribusi produk. Pengolahan hasil pertanian merupakan bagian hilir pada industri pertanian, pengolahan pada produk dapat menambah nilai jual produk. Produk hilir dari industri pertanian salah satunya ialah tepung.

Tepung dapat berasal dari bahan baku bahan nabati, seperti tepung terigu dari gandum, tepung tapioka berasal dari singkong, tepung maizena dari jagung dll. Sedangkan tepung hewani misalnya tepung tulang dan tepung ikan. Tepung terigu berasal dari biji gandum. Gandum merupakan jenis tanaman sereal atau golongan padi padian yang mengandung banyak karbohidrat. Tepung terigu yang dijual di pasaran memiliki beberapa jenis tingkat kadar protein. Gandum memiliki kandungan lemak 2 % hingga 2,5 % lemak per biji utuh gandum. Tepung terigu merupakan hasil penggilingan dari biji gandum yang memiliki kandungan gluten, yang data membuat adonan tipis dan elastis. Gluten merupakan campuran amorf dari protein yang terkandung dalam pati pada endosperma (Yuwono, 2019:5).

Pengolahan hasil pertanian dapat menambah nilai jual produk, salah satu hasil pengolahan tepung terigu adalah opak gulung. Opak gulung merupakan sebuah makanan ringan tradisional yang memiliki cita rasa yang khas, terbuat dari campuran tepung terigu, tepung beras dan bahan lainnya. Perusahaan opak gulung UD. Ikhwan Jaya telah berdiri sejak tahun 2014. Perusahaan tersebut merupakan sebuah usaha keluarga, yang beralamatkan di Dusun Glundengan, Desa Suci, Kecamatan Panti, Kabupaten Jember. Perusahaan tersebut memproduksi aneka makanan ringan, mulai makanan ringan hingga kue kering. Salah satu produk yang dijual di perusahaan tersebut ialah opak gulung yang memiliki 3 varian rasa yaitu; rasa original, rasa vanilla, dan rasa jahe. Opak gulung dikemas dengan 4 varian ukuran, dikemas dalam 1 kg,  $\frac{1}{2}$  kg  $\frac{1}{4}$  kg, dan 100 biji. Opak gulung kemasan 1 kg dibandrol dengan harga mulai Rp.60.000 per kg. Opak gulung kemasan  $\frac{1}{2}$  kg dibandrol dengan harga Rp.38.000. Kemasan  $\frac{1}{4}$  dibandrol dengan harga Rp.15.000 dan harga jual 100 biji dibandrol dengan harga Rp.35.000. Penjualan produk menjangkau beberapa daerah di Jawa Timur, seperti Jember, Situbondo, Bondowoso hingga Lumajang.

Produk opak gulung merupakan makanan yang sudah tidak asing dikalangan masyarakat. Namun produk tersebut kebanyakan menjadi produk musiman yang ada lebih banyak di hari besar, sehingga mempengaruhi penjualan produk. Proses penjualan produk perusahaan melalui distributor, tidak ke tangan langsung konsumen sehingga saluran informasi yang didapat lebih lambat, perubahan dari

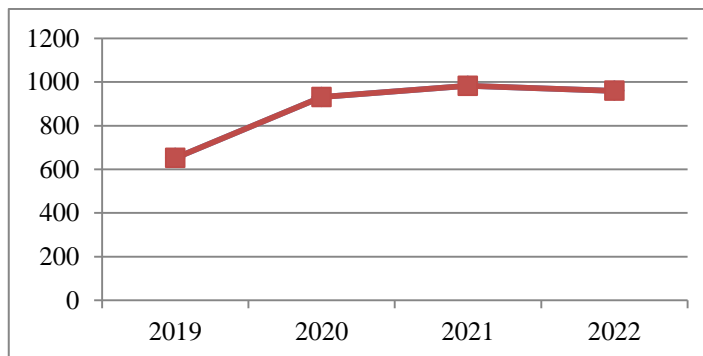
saran konsumen lebih lambat. Kondisi tersebut berkaitan dengan adanya pesaing lainnya. Perkembangan dunia usaha di era modern tidak lepas oleh persaingan yang cukup ketat dan pesat. Kondisi tersebut dapat ditinjau pada kegiatan persaingan yang kompetitif dan variatif. Adanya persaingan tersebut untuk menguasai pangsa pasar yang ada.

Pesaing pada perusahaan tersebut ada dua perusahaan yang sejenis yaitu dengan merek dagang Naisila Putri dan Elza Putra. Opak gulung Naisila Putri sudah memasuki supermarket yaitu Roxy Jember, memiliki berbagai varian rasa juga yaitu rasa vanila, rasa jahe dan rasa wijen yang tidak dimiliki Ikhwan Jaya. Naisila Putri memiliki kapasitas produksi lebih besar yaitu sampai 20 hingga 25 kg, sedangkan pada perusahaan hanya memiliki kapasitas produksi 10 kg. Namun opak yang dimiliki Naisila Putri berongga lebih besar sedangkan Ikhwan Jaya lebih padat, sehingga milik perusahaan memiliki ketahanan benturan lebih baik namun memiliki kerenyahan yang tidak kalah dengan pesaing dan harga yang dibanderol lebih tinggi dari pada milik perusahaan yaitu pada kemasan 150 gr dibanderol dengan harga Rp. 10.000,- sedangkan milik Ikhwan Jaya 250 gr dengan harga Rp. 15.000.

Kondisi pesaing Elza Putra juga menjadi saingan bagi Perusahaan karena mampu menerima permintaan luar kota dan sudah melakukan penjualan di beberapa *E-commerce*, memiliki kapasitas produksi lebih besar dengan perusahaan yaitu  $\pm$  20 kg, memiliki harga lebih rendah daripada perusahaan yaitu kemasan 200 gr dengan harga Rp. 11.000 dan memiliki bentuk opak yang lebih rapi dan seragam namun bentuk opak lebih berongga sehingga memiliki ketahanan dengan benturan lebih rendah dan tidak memiliki varian rasa yaitu hanya dengan rasa wijen. Kondisi tersebut akan mempengaruhi kondisi penjualan pada perusahaan, sehingga sedikit banyak mempengaruhi persentase penjualan produk opak gulung yang dapat dilihat dari data penjualan produk dan kontinuitas produk.

Data penjualan opak gulung pada tahun 2019 sebesar 651,8 kg, pada tahun 2020 mengalami kenaikan pesat sebesar 931,2 kg, penjualan tahun 2021 mengalami kenaikan mencapai 982,4 kg, dan pada tahun 2022 mengalami

penurunan sebesar 959,5 kg. Berikut data penjualan yang dapat disajikan pada gambar (1.1)



Gambar 1.1 Data Penjualan Opak Gulung

Hasil data penjualan produk opak gulung pada perusahaan pada tahun 2019 hingga 2022 menunjukkan data yang fluktuatif yang cenderung naik. Namun kondisi tersebut harus dipertahankan dan menjaga kontinuitas produk sehingga dapat dilakukan sebuah usaha yang kompetitif dan variatif untuk dapat menguasai pangsa pasar yang ada.

Oleh karena itu perusahaan dapat menggunakan sebuah alat untuk merumuskan sebuah strategi yang bertujuan mempertahankan kontinuitas produk, mencapai tujuan perusahaan serta meningkatkan daya saing perusahaan yaitu dengan mempertimbangkan aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman menggunakan alat analisis Matriks IE (Internal – Eksternal) dan merumuskan strategi dengan Matriks SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Kemudian dilakukan pengambilan keputusan menggunakan analisis Matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) (David & David, 2016:170). Strategi tersebut sebagai alat bantu yang dapat mengoptimalkan peluang yang ada serta menekankan ancaman yang ada, sehingga dapat menghasilkan strategi alternatif yang tepat untuk persaingan yang ketat, dengan mengoptimalkan kekuatan dengan peluang yang ada sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Posisi perusahaan ada pada ditingkatkan atau dipertahankan, Oleh karena itu dengan kondisi pesaing dan kapasitas produksi perusahaan dibutuhkan kajian ulang yang menghasilkan sebuah strategi pemasaran untuk menjawab kondisi perusahaan tersebut.

## **1.2.Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor internal dan faktor eksternal pada perusahaan yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada produk opak gulung UD. Ikhwan Jaya di Kecamatan Panti Kabupaten Jember
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada produk opak gulung UD. Ikhwan Jaya di Kecamatan Panti Kabupaten Jember
3. Bagaimana strategi prioritas yang dimungkinkan dapat diterapkan pada produk opak gulung UD. Ikhwan Jaya di Kecamatan Panti Kabupaten Jember

## **1.3.Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang dan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini ialah:

1. Menentukan dan menganalisis faktor internal dan faktor eksternal perusahaan yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam strategi pemasaran pada produk opak gulung UD. Ikhwan Jaya di Kecamatan Panti Kabupaten Jember
2. Merumuskan beberapa alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada produk opak gulung UD. Ikhwan Jaya di Kecamatan Panti Kabupaten Jember
3. Menetapkan strategi pemasaran prioritas yang dapat diterapkan pada produk opak gulung UD. Ikhwan Jaya di Kecamatan Panti Kabupaten Jember

## **1.4.Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang diperoleh yang dikaji dari latar belakang, rumusan masalah serta tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat meningkatkan daya saing perusahaan dan mengetahui faktor internal dan eksternal apa yang menjadi

kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk mengatasi kondisi perusahaan selanjutnya.

2. Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan literasi pada bidang penelitian strategi pemasaran dan pemasaran terkhusus produk opak gulung di UD. Ikhwan Jaya di Kecamatan Panti Kabupaten Jember.
3. Bagi peneliti, hasil penelitian ini sebagai ilmu baru sebagai proses pembelajaran peneliti tentang pemasaran dan strategi pemasaran, terkhusus pada produk opak gulung di UD. Ikhwan Jaya di Kecamatan Panti Kabupaten Jember
4. Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dan bahan referensi untuk peneliti selanjutnya tentang strategi pemasaran terkhusus pada produk makanan ringan opak gulung.