

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kabupaten Jember merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Timur dengan pekerjaan utama penduduknya yaitu dalam bidang pertanian. Salah satu komoditas pertanian yang ada di Kabupaten Jember adalah kacang tanah dengan total produksi sebesar 1.799 ton (sumber: Badan Pusat Statistik 2020). Kabupaten Jember memiliki potensi untuk mengembangkan suatu olahan pangan berbahan baku kacang tanah yang dapat membuka peluang kesempatan kerja. Salah satu contoh industri olahan pangan yang berbahan baku kacang tanah adalah usaha kue kacang.

Melakukan suatu usaha pemilik harus memiliki tekad atau kemauan untuk usaha yang harus dijalankan agar dapat terus berkembang serta dapat menganalisis lingkungan internal seperti kelemahan atau kelebihan perusahaan itu sendiri dan lingkungan eksternal berupa peluang atau ancaman dari luar perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap suatu usaha serta dengan adanya kondisi lingkungan tersebut maka dapat menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Menurut Swastha (2009:10) Pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

UD. Mahveen Putry merupakan suatu usaha rumahan yang dikelola oleh Bapak M. Ridwan Habibi dan sudah berdiri sejak tahun 2018 di Desa Mrawan, Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember. Usaha ini telah menghasilkan beberapa produk kue kering diantaranya kue kacang, monde susu, semprit sagu dan goodtime. Tetapi penelitian ini hanya berfokus pada olahan kacang tanah yaitu kue kacang, bahan baku yang digunakan dalam pembuatan kue kacang yaitu kacang tanah lokal yang diperoleh dari pemasok karena kualitasnya lebih bagus dari pada kacang tanah lainnya. Kue kacang yang setiap kali produksi mencapai 5 kwintal dan kue kacang yang dihasilkan dijual atau dipasarkan

dengan harga Rp 23.000 serta pemasaran yang telah dilakukan dari usaha ini sudah sampai di beberapa daerah diantaranya sebagian daerah Jawa Timur, Jawa Tengah, Kalimantan, Bali, Papua.

UD. Mahveen Putry sudah menjalankan usaha ini sudah 5 tahun dan dalam industri olahan pangan, usaha kue kacang di Kecamatan Mayang sendiri sudah cukup banyak pesaing bahkan usaha tersebut saling berdekatan, baik pesaing yang sudah lama berdiri maupun pesaing yang baru berdiri, pesaing tersebut ada yang sudah menerapkan digital marketing sebagai sistem pemasarannya agar terus berkembang, sedangkan UD. Mahveen Putry belum menerapkan sistem secara optimal sehingga terjadi penurunan penjualan dalam pemasaran produk UD. Mahveen Putry pada tahun 2023 dan menyebabkan keuntungan kurang optimal. Tingkat penjualan produk tertinggi terjadi pada bulan Maret yaitu Rp 74.875.000, peningkatan terjadi dikarenakan banyaknya peminat pada waktu menjelang hari raya idul fitri. Penurunan penjualan terendah pada bulan Desember yaitu Rp 39.175.000.

Berdasarkan permasalahan yang sedang dihadapi UD. Mahveen Putry maka perlu adanya suatu strategi pemasaran yang tepat untuk memenangkan suatu persaingan dan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan analisis strategi pemasaran yang tepat bagi UD. Mahveen Putry dalam memasarkan produk kue kacang dengan mempertimbangkan aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan dengan menggunakan matriks SWOT yang digunakan untuk menentukan pengambilan keputusan serta matriks QSPM yang digunakan untuk menentukan prioritas strategi pemasaran yang tepat.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Faktor – faktor apa saja yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*treaths*) pada pemasaran kue kacang yang diproduksi oleh UD. Mahveen Putry ?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang tepat dalam menerapkan pemasaran kue kacang yang di produksi oleh UD. Mahveen Putry ?
3. Bagaimana prioritas strategi yang diterapkan dalam pemasaran kue kacang yang diproduksi oleh UD. Mahveen Putry ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diperoleh tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Menganalisis faktor internal seperti kekuatan, kelemahan dan faktor eksternal seperti peluang, ancaman pada pemasaran kue kacang yang diproduksi oleh UD. Mahveen Putry.
2. Merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran kue kacang pada UD. Mahveen Putry.
3. Menentukan prioritas strategi yang tepat dalam menerapkan pemasaran kue kacang yang diproduksi oleh UD. Mahveen Putry.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan terkait strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan atau memperoleh gelar sarjana di Program Studi Manajemen Agroindustri Politeknik Negeri Jember.

## 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi, bantuan pemikiran dan bahan pertimbangan bagi pemilik UD. Mahveen Putry mengenai strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam proses pemasaran kue kacang sehingga mampu bersaing secara kompetitif di pasaran atau pada target pasar yang sama.

## 3. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan atau referensi penelitian selanjutnya terkait strategi pemasaran pada suatu perusahaan.