

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan usaha di Indonesia berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, didukung oleh stabilitas ekonomi dan kebijakan pemerintah yang mendorong kesejahteraan Masyarakat (Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2021). Perkembangan usaha juga menarik banyak investor, terutama di bidang makanan, pariwisata, perhotelan, dan teknologi informasi. Sektor bisnis yang bergerak di bidang pengolahan produk makanan dan minuman menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan di masa depan dengan semakin banyak munculnya beragam produk makanan dan minuman di Indonesia. Pemerintah giat dalam turut andil mendorong kewirausahaan melalui berbagai bantuan dan insentif, termasuk pembiayaan untuk UMKM dan peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistika (2024), persentase pengeluaran per kapita selama sebulan di daerah perkotaan dan pedesaan di Provinsi Jawa Timur pada tahun 2023 mencapai 49,67%. Data ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari pengeluaran per kapita di Provinsi Jawa Timur digunakan untuk pembelian bahan baku pangan salah satunya dalam pembelian kebutuhan mie. Hal ini mengindikasikan adanya potensi pasar yang besar dalam sektor pangan namun semakin banyaknya persaingan dalam melakukan bisnis dan diperlukan strategi yang tepat. Strategi bisnis adalah rencana menyeluruh yang dirancang untuk mencapai tujuan jangka panjang dan mempertahankan keunggulan kompetitif, mencakup berbagai aspek seperti operasi, pengembangan produk, dan pemasaran (Rambe dan Aslami, 2021)

Bisnis yang sangat banyak diminati oleh masyarakat adalah bisnis makanan salah satunya yaitu bisnis yang bergerak di bidang pengolahan produk agroindustri berupa tepung terigu menjadi mie mentah. Mie mentah adalah bahan dasar dalam berbagai hidangan mie yang populer di banyak negara, terutama di Asia. Mie mentah merupakan produk olahan yang dibuat dengan bahan baku

utama berupa tepung terigu dan dicampurkan dengan bahan baku lainnya seperti telur, air dan bumbu lainnya yang dicampurkan menjadi satu hingga dilakukan proses pencetakan. Mie mentah sebelum dimakan, biasanya akan dimasak terlebih dahulu seperti direbus lalu dijadikan menu masakan yang bisa ditambahkan dengan sayuran dan daging ataupun saus dan lainnya. Mie mentah merupakan bahan yang serbaguna dan menjadi salah satu hal yang penting dalam kuliner, menghadirkan berbagai cita rasa dan tekstur dalam hidangan mie (William dan Alfian, 2019).

Kabupaten Jember merupakan salah satu daerah yang penghasil produk agroindustri di Jawa Timur dan pada tahun 2023 Kabupaten Jember menjadi salah satu kabupaten dengan indeks konsumsi terbesar di Jawa Timur yang mencapai 54,01 % untuk konsumsi berbasis pangan dan salah satunya konsumsi produk olahan agroindustri seperti mie mentah (BPS Kabupaten Jember, 2024). Mie mentah memang menjadi produk favorit masyarakat dikarenakan enak, memiliki harga terjangkau dan dapat dijadikan berbagai jenis makanan. Banyak sekali masyarakat yang tertarik dalam berbisnis dengan menggunakan bahan baku mie dan membuat usaha yang bergerak dalam pembuatan mie mentah, salah satunya yaitu UD Mie Sejati.

UD Mie Sejati adalah usaha pembuatan mie mentah yang berdiri sejak tahun 2019, berlokasi di Jl. Kaca Piring III No.41, Gebang Tengah, Gebang, Kec. Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68117. Usaha ini berawal dari usaha orang tua di bidang *food and beverages*, yaitu usaha mie Gandrung. Bahan baku mie mentah yang dibeli dari supplier memiliki harga mahal dan kualitas bervariasi, pemilik UD Mie Sejati memutuskan untuk memproduksi sendiri bahan baku mie dengan tujuan awal menjadi pemasok bagi usaha orang tuanya. Produk mie dari UD Mie Sejati sangat diminati oleh masyarakat, terutama saat diolah menjadi mie Gandrung, sehingga pemilik memutuskan untuk memperluas penjualan mie mentah ke pasar yang lebih luas. Mie mentah yang dijual seharga Rp 18.000 per kilogram ini diproduksi sekitar 300 kg per hari dan telah dikirim ke berbagai kota seperti Banyuwangi dan Bondowoso. Keberhasilan UD Mie Sejati dalam memenuhi permintaan pasar dan menyediakan produk berkualitas dengan

harga terjangkau menunjukkan potensi besar untuk terus berkembang dan sukses di industri ini.

Usaha mie mentah UD Mie Sejati memang mampu bertahan hingga saat ini dan melakukan penjualan hingga ke beberapa kota sekitar Kabupaten Jember. Permasalahan yang sedang dihadapi oleh UD Mie Sejati baik dari faktor internal dan faktor eksternal seperti meningkatnya persaingan dengan harga lebih murah yang menyebabkan beberapa pelanggan beralih ke pesaing seperti mie ujang, mie terror dan mie sakera, sehingga produksi harian menurun menjadi dari yang 300 kg menjadi 200 kg tiap hari. Jangkauan pemasaran yang masih belum cukup luas sehingga masih belum banyak dikenal banyak orang selain di daerah-daerah yang menjadi mitra UD Mie Sejati seperti Kabupaten Jember dan Kabupaten Bondowoso. Kualitas produk yang tidak stabil terkadang tidak sesuai dengan tekstur yang diinginkan seperti kurang mengembang hal ini dikarenakan kurangnya waktu dalam memasak mie dan pada saat proses pembuatan mie takaran yang biasanya digunakan tidak sesuai. UD Mie Sejati juga dalam melakukan kegiatan pemasaran belum maksimal dalam memanfaatkan perkembangan teknologi pemasaran seperti melalui media sosial dan *e-commerce* sehingga diperlukan strategi yang tepat.

Strategi pemasaran menjadi salah satu cara yang efektif dalam memecahkan permasalahan yang dialami oleh UD Mie Sejati. Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberikan arahan bagi upaya pemasaran perusahaan secara berkelanjutan di setiap tingkatan dan referensi waktu. Strategi pemasaran memberikan gambaran jelas untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang, memungkinkan perusahaan fokus pada aktivitas yang efektif. Strategi pemasaran membantu mengalokasikan sumber daya secara efisien, memastikan setiap upaya memberikan hasil maksimal. Strategi pemasaran membantu perusahaan memahami posisi pasar dan keunggulan kompetitif, serta mengembangkan taktik untuk menonjol dari pesaing (Putra, 2023).

Berdasarkan berbagai permasalahan yang sedang dialami oleh UD Mie Sejati peneliti tertarik untuk melakukan pengamatan dalam pengkajian strategi

pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam sebuah usaha dan membantu mengetahui posisi perusahaan dan merencanakan strategi untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang, serta mengatasi kelemahan dan ancaman.. Faktor-faktor kunci dari analisis SWOT. Analisis SWOT dipilih dalam penelitian ini karena metode ini efektif untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja UD Mie Sejati. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada dalam operasionalnya, seperti kualitas produk dan bahan baku, serta promosi yang belum optimal. Selain itu, analisis SWOT juga memungkinkan perusahaan untuk mengeksplorasi peluang dan ancaman di pasar, seperti hubungan baik dengan pemasok dan risiko ide bisnis yang mudah ditiru. Dengan menggunakan analisis ini, UD Mie Sejati dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih baik dan meningkatkan daya saingnya di industri mie mentah. Metode ini memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk memahami posisi perusahaan dan membantu dalam pengambilan keputusan strategis.

Analisis SWOT dipilih dalam penelitian ini karena metode ini efektif untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja UD Mie Sejati. Melalui analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada dalam operasionalnya, seperti kualitas produk dan bahan baku, serta promosi yang belum optimal. Selain itu, analisis SWOT juga memungkinkan perusahaan untuk mengeksplorasi peluang dan ancaman di pasar, seperti hubungan baik dengan pemasok dan risiko ide bisnis yang mudah ditiru. Dengan menggunakan analisis SWOT, UD Mie Sejati dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih baik dan meningkatkan daya saingnya di industri mie mentah. Metode ini memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk memahami posisi perusahaan dan membantu dalam pengambilan keputusan strategis. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Pemasaran Mie Mentah UD Mie Sejati Di Kelurahan Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada di atas, maka dapat diperoleh permasalahan sebagai berikut :

1. Apa saja yang menjadi faktor internal dan faktor eksternal mie mentah UD Mie Sejati di Kelurahan Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran mie mentah yang diproduksi oleh UD Mie Sejati di Kelurahan Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka di dapat tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis faktor internal dan eksternal mie mentah UD Mie Sejati di Kelurahan Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember
2. Merumuskan alternatif strategi pemasaran mie mentah yang diproduksi oleh UD Mie Sejati di Kelurahan Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan di atas, maka diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan  
Sebagai sumber informasi sekaligus sumbangan pemikiran kepada pihak UD Mie Sejati tentang strategi-strategi yang bisa diterapkan dalam pemasaran mie mentah sehingga mampu bersaing secara lebih kompetitif.
2. Bagi Penulis  
Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi dan mengimplementasikan ilmu terkait strategi pemasaran.
3. Bagi Pembaca  
Sebagai bahan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk lebih mendalami tentang strategi pemasaran.