

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang menyandarkan banyak kebutuhan hidupnya dari bidang pertanian. Perkembangan bisnis di Indonesia yang begitu pesat utamanya pada bidang agroindustri membuat setiap perusahaan harus mampu bersaing. Perusahaan tidak hanya berfokus pada produksinya, namun juga harus melihat dari sisi pemasarannya. Perusahaan perlu melakukan suatu analisis terlebih dahulu terhadap lingkungan pemasarannya, hal ini dilakukan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat, guna memperluas pasar dan meningkatkan nilai profitabilitas perusahaan.

Agroindustri merupakan faktor penarik dalam rangka pengembangan jenis produk tertentu, misalnya ubi kayu atau singkong. Singkong merupakan bahan potensial masa depan dalam tatanan pengembangan agribisnis dan agroindustri. Tape merupakan salah satu bentuk olahan dari singkong yang keberadaannya telah banyak di Kabupaten Jember, karena dengan mengolah singkong menjadi tape, sekaligus menjadi salah satu cara untuk meningkatkan nilai ekonomi dari singkong itu sendiri sehingga banyak sekali bahan olahan tape yang berbahan dasar singkong ini dapat dijadikan sebagai makanan khas Kota Jember serta bisa dijadikan oleh-oleh bagi pendatang maupun masyarakat Kota Jember sendiri. Singkong merupakan hasil pertanian yang sangat terkenal di masyarakat begitu pula dengan pemanfaatannya yang dapat diolah menjadi olahan pangan seperti pia tape.

Usaha Dagang (UD) Purnama Jati adalah salah satu perusahaan di Kabupaten Jember yang bergerak dibidang pangan dan pusat oleh-oleh khas Jember, yang dalam proses pemasarannya memiliki banyak pesaing. Pia tape adalah salah satu oleh-oleh khas Jember yang merupakan hasil olahan tape singkong ubi kayu yang dibuat kue sehingga bisa tahan lebih lama serta memiliki cita rasa tersendiri daripada tape singkong biasa. Dengan demikian maka pia tape tidak hanya dibuat untuk oleh-oleh tetapi juga bisa dibuat acara keluarga atau sebagai camilan untuk berkumpul bersama kerabat.

Dengan adanya pesaing maka salah satu cara agar UD Purnama Jati dapat bersaing adalah dengan menyusun strategi pemasaran. Menurut Abdullah (2015:2) pemasaran (*marketing*) adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga , mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.Strategi pemasaran dirumuskan dan tetapkan haruslah tepat, yang ditunjang oleh kebijakan-kebijakan dan fasilitas-fasilitas yang mendukung dari Kabupaten Jember, dengan menganalisis aspek-aspek manajemen strategi pemasaran UD. Purnama Jati dari lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran UD. Purnama Jati.

Menurut Rangkuti (2001:18) strategi pemasaran dengan metode Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan pada UD. Purnama Jati dengan didasarkan dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi , tujuan , strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisa faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

UD. Purnama Jati memanfaatkan kekayaan hasil pertanian yang ada di daerah Jember yaitu ubi kayu atau singkong dengan inovasi baru yaitu menjadi pia tape. Perusahaan ini mulai banyak dikenal oleh masyarakat luas, tidak hanya dari kualitas produk yang diproduksi, namun pada faktor eksternal dan faktor internal daerah produksinya yang terdapat beberapa masalah terkait pengelolaan komoditi singkong yang menjadi sedikit tantangan untuk UD. Purnama Jati dengan adanya fluktuasi penjualan. Di Jember banyak dijumpai singkong yang merupakan bahan dasar pembuatan pia tape ini, tetapi secara riil terdapat alasan tersendiri yang mempengaruhi keadaan berkembangnya performa produksi UD. Purnama Jati. Dengan hal tersebut diperlukan adanya antisipasi dalam merencanakan dan memperbaiki permasalahan yang dihadapi UD. Purnama Jati.

Caranya yaitu manajemen yang merupakan penggerak suatu sistem di dalam perusahaan untuk membuat strategi untuk mengetahui Kekuatan, Kelemahan, Peluang ataupun Tantangan dalam suatu perusahaan khususnya UD. Purnama Jati.

Berdasarkan uraian diatas yang melatarbelakangi penulis tertarik dalam melakukan penelitian pada UD. PURNAMA JATI dan membuat skripsi ini, karena penulis melihat ada beberapa faktor internal serta faktor eksternal pada UD. PURNAMA JATI yang masih tersimpan permasalahan dan setidaknya dengan adanya skripsi ini dapat membantu memberikan kontribusi terhadap UD. Purnama Jati maupun para pembaca. Sebagai penulis yang bertanggung jawab maka skripsi ini juga dilakukan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan di Program Studi D-IV Manajemen Agroindustri, Jurusan Manajemen Agribisnis, dengan judul skripsi yaitu, “STRATEGI PEMASARAN PIA TAPE PADA UD. PURNAMA JATI, KECAMATAN PATRANG, KABUPATEN JEMBER”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) Pia Tape pada UD. Purnama Jati?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh UD. Purnama Jati?

1.3 Tujuan

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas, tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kondisi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) Pia Tape pada UD. Purnama Jati.
2. Menentukan alternatif strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh UD. Purnama Jati.

1.4 Manfaat

Penelitian yang akan dilaksanakan ini, diharapkan hasilnya dapat memberikan kegunaan atau manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai mengidentifikasi masalah , menganalisis dan strategi pemasaran serta menentukan solusi yang tepat bagi permasalahan tersebut.

2. Bagi perusahaan UD. Purnama Jati

Penelitian ini semoga dapat memberikan kontribusi yang baik untuk memperluas wawasan dan pandangan mahasiswa/i terhadap prospek kemajuan bisnis dan perkembangan informasi khususnya dalam hal pemasaran.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian ini berguna dan bermanfaat bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama sehingga dapat memberikan perbandingan penelitian di masa mendatang serta mensosialisasikan penggunaan Metode SWOT sebagai penentu Strategi Pemasaran.