

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri makanan ringan saat ini semakin berkembang pesat. Hal ini disebabkan dari tingginya kebutuhan masyarakat dalam mengkonsumsi makanan ringan. Makanan ringan merupakan salah satu makanan alternatif yang banyak digemari oleh masyarakat karena mudah diperoleh, harganya terjangkau, memiliki variasi bentuk, rasa, dan warna, serta memiliki umur simpan yang relatif lama. Berbagai jenis makanan ringan yang banyak digemari masyarakat yaitu widaran, makaroni, keripik, milidi, rengginang, ladrang, mie kering dan lain-lain. Widaran (kue telur gabus atau kue bidaran) merupakan jenis makanan ringan dengan ciri khas teksturnya renyah, bentuknya bulat lonjong, bagian dalam tidak berlubang, permukaan halus, rasanya ada yang gurih dan ada juga yang manis. Kue ini banyak disukai oleh masyarakat umum, biasanya digunakan untuk makanan camilan sehari-hari. Kue widaran sangat cocok dijadikan sebagai suguhan para tamu biasanya dihidangkan pada perayaan dan hari besar tertentu seperti Lebaran. Kue widaran juga termasuk pada makanan tradisional khas Jawa Tengah, bahkan menjadi salah satu oleh-oleh khas dari daerah Ungaran.

UD Bersama adalah salah satu usaha yang bergerak dalam bidang industri dan perdagangan makanan ringan, khususnya widaran yang menjadi maskot dari usaha makanan ringan UD Bersama. Widaran yang diproduksi memiliki dua varian rasa yaitu original dan balado. Widaran dikemas dalam ukuran 5 kg dengan harga Rp 80.000. Volume penjualan widaran yang diproduksi oleh UD Bersama dalam 3 tahun terakhir dari 2016 sampai 2018 mengalami peningkatan. Pada 2016 data penjualan sebesar 180.000 kg, pada tahun 2017 data penjualan meningkat sebesar 240.000 kg dan pada tahun 2018 data penjualannya stabil seperti tahun sebelumnya yaitu 240.000 kg. Dari data tersebut volume penjualan mengalami peningkatan dan stabil sampai tahun terakhir. Akan tetapi kendala yang dihadapi adalah pada harga pembelian bahan baku yang berpengaruh

terhadap harga penjualan. Metode pemasaran yang dipakai yaitu hanya dengan menitipkan produknya ke toko grosir dan eceran, namun ada juga pembeli yang membeli produk langsung ke UD Bersama tersebut. Persoalan lain yang menjadi masalah bagi UD Bersama yaitu pemasaran produk yang kurang maksimal, alat-alat produksi sering kali mengalami masalah, dan adanya pesaing usaha sejenis. Saat ini pesaing produk widaran terdapat di daerah Puger, Lumajang, dan lainnya yang mungkin akan terus bertambah nantinya. Sehingga UD Bersama harus memperbaiki berbagai hal dalam persaingan dan permasalahan tersebut.

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam keberhasilan usaha ini, dengan cara menganalisis faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada UD Bersama. Keunggulan dalam bersaing suatu usaha dapat dicapai dengan melakukan analisis strategi pemasaran yang sesuai. Untuk mengatasi permasalahan pada UD Bersama dilakukan analisis strategi pemasaran dengan menggunakan metode analisis IFAS, EFAS, IE, SWOT dan QSPM. Analisis SWOT (*Strenghts-Weaknesses-Opportunities-Threats*) digunakan untuk merumuskan alternatif strategi pemasaran dan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) untuk menentukan prioritas strategi pada UD Bersama yang sesuai dengan kondisi internal maupun eksternal. Hasil analisis strategi pemasaran ini diharapkan mampu untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan agar dapat terus bertahan dan mengembangkan usaha serta mampu menetapkan strategi bersaing yang sesuai untuk menghadapi segala kemungkinan perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan perusahaan. Melalui strategi pemasaran tersebut diharapkan UD Bersama dapat meningkatkan daya saing dan meningkatkan area pemasarannya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

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

1. Apa sajakah faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam strategi pemasaran widaran pada UD Bersama di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran widaran yang di produksi UD Bersama di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember?
3. Apakah prioritas strategi yang dapat digunakan dalam usaha widaran pada UD Bersama di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisa faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam strategi pemasaran widaran pada UD Bersama di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember.
2. Untuk merumuskan dan menetapkan alternatif strategi pemasaran widaran yang diproduksi UD Bersama di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember.
3. Untuk menentukan prioritas strategi yang dapat digunakan dalam usaha widaran pada UD Bersama di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijabarkan di atas, maka dari hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan ataupun saran bagi perusahaan dalam kaitannya penyusunan strategi pemasaran produk yang dihasilkan.

## 2. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang strategi pemasaran.

## 3. Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya tentang strategi pemasaran.