

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha di era melenium ini persaingan sangat tinggi, ketat dan pesat sehingga menekan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan persaingan agar dapat menguasai pangsa pasar dalam menggunakan pelayanan, perhatian dan kenyamanan yang terbaik dan membuat konsumen tertarik. Pemasaran adalah suatu kegiatan atau sistem yang selalu berhubungan dan berkaitan antara kegiatan merencanakan dan melaksanakan produk berupa barang atau jasa, harga, distribusi dan promosi yang akan dilakukan oleh perusahaan terhadap kelompok pembeli. Segala kegiatan-kegiatan yang ada dalam pemasaran selalu bekerja dalam lingkungan yang terbatas oleh sumber-sumber di dalam perusahaan tersebut, segala peraturan-peraturan yang ada dalam perusahaan serta akibat yang akan ditimbulkan dengan adanya dinamika pasar. Kemampuan suatu pasar untuk dapat unggul dari yang lain dengan komitmen yang kuat antara atasan dengan karyawannya atau semua orang yang berhubungan langsung dengan pasar yang akhirnya dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Strategi pemasaran sebagai alat atau media yang sangat penting dan diperlukan oleh perusahaan agar dapat berperan aktif dan dapat menguasai suatu pasar yang telah diharapkan. Sehingga perusahaan dapat merencanakan dan membuat strategi-strategi yang tepat agar mampu untuk mencapai keinginan dan mendapatkan omset penjualan yang diharapkan. Serta dengan adanya strategi yang dimiliki atau dilakukan oleh perusahaan dapat memberikan dampak yang baik terhadap perusahaan kedepannya.

Home industri yang ada di Desa Wringin memproduksi makanan olahan dari singkong berupa produk tape bakar. Usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2010 berada di Desa Wringin Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso Jawa Timur. Banyaknya *home industri* yang memproduksi produk sejenis berjumlah 5. Ciri khas dari produk tape bakar yang diproduksi adalah rasa yang manis yang pas, tekstur, ukuran serta komposisi bahan baku yang berbeda, sehingga hal ini yang

membedakan tape bakar istimewa khas Bondowoso ini dengan lainnya. Pada *home industri* ini telah mengalami penurunan penjualan yaitu pada 3 bulan terakhir ini produk yang biasanya dapat terjual sebanyak 500-1000 tape bakar setiap hari dan untuk hari libur produk dapat terjual 1000-1500 tape bakar, namun saat ini mengalami penurunan penjualan. Produk yang terjual hanya 400-550 tape bakar setiap harinya dan banyak produk yang dikembalikan karena stok outlet-outlet masih banyak, produk tidak seperti biasanya yang selalu habis setiap hari. Hal ini terjadi kemungkinan diakibatkan kurang luasnya pangsa pasar, serta adanya *home industri* baru yang memproduksi produk sejenis. Proses penjualan yang dilakukan oleh usaha ini yaitu memasarkan langsung kepada konsumen dengan cara menjajakan ke setiap rumah-rumah serta dengan membuka outlet-outlet di pinggir jalan raya, namun strategi tersebut masih kurang. Oleh sebab itu diperlukannya strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempertahankan, menciptakan atau mengatur, dapat menguasai pangsa pasar yang lebih luas dan tidak mengalami masalah kemacetan pada penjualan produk. Strategi pemasaran harus dibuat dengan mempertimbangkan dan memperhatikan lingkungan dalam dan luar perusahaan sehingga strategi pemasaran dapat berjalan dengan tepat dan membuat peningkatan pada penjualan. Sehingga perusahaan harus dapat membuat strategi yang lebih baik agar dapat membantu dalam menghadapi permasalahan dan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis. Selain itu, agar produk tape bakar tetap diminati konsumen dan tetap dapat dipasarkan. Oleh sebab itu perlu adanya strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada Home Industri Tape Bakar Istimewa yaitu dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM.

Analisis SWOT merupakan alat untuk menganalisis kemampuan internal dan eksternal perusahaan Rangkuti (2017). Sehingga perusahaan dapat menemukan kekuatan yang dimiliki agar memberikan suatu energi yang dapat mengurangi atau meminimalisir kelemahan yang ada. Memberikan informasi tentang adanya peluang untuk menghadapi ancaman-ancaman yang ada. Sehingga dengan analisis ini bertujuan memanfaatkan kekuatan internal untuk menarik keuntungan dari peluang, memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal, menggunakan kekuatan dalam menghindari

atau mengurangi ancaman, mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman. Analisis QSPM merupakan suatu alat analisis untuk mengetahui dan menentukan strategi prioritas yang dapat diterapkan dalam perusahaan David (2016). Membantu dalam menentukan strategi yang terbaik atau diprioritaskan dari berbagai alternatif strategi yang ada, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk. Dengan kedua analisis tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan oleh Home Industri Tape Bakar Istimewa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor–faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam Strategi Pemasaran Tape Bakar Istimewa pada *Home Industri* di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso ?
2. Strategi apakah yang dapat diterapkan dalam Pemasaran Produk Tape Bakar Istimewa pada *Home Industri* di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso berdasarkan analisis SWOT ?
3. Apakah strategi prioritas yang tepat untuk digunakan oleh *Home Industri* Tape Bakar Istimewa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui faktor–faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam Strategi Pemasaran Tape Bakar Istimewa pada *Home Industri* di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso.
2. Untuk memberikan informasi strategi alternatif yang dapat diterapkan dalam pemasaran Produk Tape Bakar Istimewa pada *Home Industri* di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso berdasarkan analisis SWOT.

3. Untuk mengetahui strategi-strategi prioritas yang tepat untuk digunakan oleh *Home Industri* Tape bakar Istimewa.

1.4 Manfaat

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang dikemukakan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Membantu perusahaan untuk mengetahui faktor–faktor eksternal dan internal untuk meningkatkan penjualan serta mengetahui strategi alternatif untuk pemasaran Tape Bakar Istimewa pada *Home Industri* di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso.

2. Bagi peneliti

Untuk memberikan ilmu baru terhadap peneliti agar mengetahui tentang pemasaran dan strategi pemasaran produk tape bakar dan mengetahui beragam faktor–faktor yang mempengaruhi pemasaran pada produk tape bakar *home industri* di Desa Wringin Kabupaten Bondowoso.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan atau referensi untuk peneliti selanjutnya tentang strategi pemasaran.