

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UD.Donna merupakan salah satu usaha mikro kecil menengah yang bergerak di bidang pengolahan makanan berupa roti. Perusahaan ini telah berdiri sejak tahun 2007 namun selama ini masih belum mengalami kemajuan yang signifikan. Perusahaan ini juga memiliki peranan terhadap perkembangan ekonomi disekitarnya, hal tersebut dilakukan dengan penyerapan sumber daya manusia yang berada di sekitar perusahaan.

UD. Donna merupakan salah satu produsen roti yang berada di kabupaten jember dimana banyak perusahaan-perusahaan sejenis yang lebih dikenal oleh masyarakat secara umum. Dengan banyaknya perusahaan yang memproduksi produk sejenis dalam skala yang berbeda dengan UD.Donna, mengakibatkan persaingan pasar yang semakin sulit. Lingkup pemasaran dari perusahaan ini hanya meliputi Jember, Bondowoso, Lumajang dengan skala produksi per hari menggunakan bahan baku utama tepung terigu sebanyak 75 kilogram. Jumlah tersebut masih terbilang kecil untuk perusahaan yang telah berdiri selama lebih dari sepuluh tahun ini.

Tujuan setiap perusahaan yang memproduksi barang pastilah untuk dijual kepada konsumen dengan melakukan berbagai upaya pemasaran produk. Pemasaran produk yang dihasilkan oleh UD.Donna sendiri dilakukan dengan penitipan pada toko-toko di cakupan wilayah pemasarannya saat ini, dan juga bisa dengan menerima pesanan secara langsung dari konsumen. Hal ini dapat dilihat masih kurang efektifnya upaya yang dilakukan perusahaan dalam memasarkan roti yang telah dihasilkan. Dari hal tersebut terlihat sebuah permasalahan yang dapat diambil adalah dari sektor pemasarannya yang masih kurang dan dari penjelasan pemilik perusahaan sendiri juga mengeluhkan bahwa permasalahan pokok yang ada pada perusahaan ada pada bagian pemasaran..

Kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk yang masih kurang menjadikan omzet yang dapatkan oleh perusahaan masih terbatas. Dalam upaya pemasarannya sendiri masih didapatkan beberapa kendala, salah satu kendala

utama yaitu produk yang dipasarkan dengan cara penitipan ke took-toko masih sering tersisa. Dengan upaya pemasaran seperti ini dan tanpa adanya upaya pengembangan strategi-strategi yang baru, akan berdampak pada tingkat pendapatan perusahaan.

Dari serangkaian penjabaran latar belakang tersebut maka ditentukan judul dari penelitian ini Strategi pemasaran roti pada UD.Donna di kabupaten Jember. Dengan menggunakan alat analisis hirarki proses melalui *software ekspert choice 2000*, maka alternatif strategi pemasaran yang ada dapat ditentukan skala prioritas untuk dilakukan oleh perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana alternatif - alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh UD.Donna?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang optimal dan diprioritaskan bagi UD.Donna?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dijabarkan, maka penelitian ini memiliki tujuan diantaranya :

1. Mengetahui alternatif strategi yang dapat diaplikasikan oleh UD.Donna..
2. Mengetahui dan menentukan alternatif strategi yang optimal bagi UD.Donna berdasarkan analisis AHP.

1.4 Manfaat

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang dikemukakan, maka manfaat dari penelitian ini untuk membantu perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan roti melalui rekomendasi strategi pemasaran dari peneliti.