

BAB.1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam pemasaran produk-produk keripik dewasa ini berlangsung cukup ketat. Hal ini dapat terjadi karena produk-produk keripik tersebut memiliki kemiripan dalam hal jenis, bentuk, rasa, tekstur, harga dan lainnya. Produk yang sukses dipasar akan segera diikuti oleh para pesaingnya yang meniru produk tersebut. Kondisi ini mendorong pengelola usaha keripik untuk selalu memperhitungkan strategi pemasaran yang tepat. Sebelum akhirnya pengusaha mampu memasarkan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaannya dengan baik dan produk tersebut mampu bertahan meskipun dengan persaingan yang ketat.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan UD L&L perlu dikoordinasikan dan diarahkan untuk mencapai tujuan di bidang pemasaran. Salah satu bagian yang sangat penting ialah permasalahan strategi pemasaran dalam UD L&L. Apabila pemasaran dilakukan dengan strategi yang baik akan dapat menempatkan posisi produk yang tepat dan menguasai pasar.

UD L&L merupakan perusahaan yang bergerak dalam pengolahan makanan. Diantaranya adalah keripik singkong, keripik ubi ungu, keripik talas. UD L&L ini dalam menjalankan usahanya selalu mengutamakan kualitas yang baik, berusaha menjadi perusahaan yang terkemuka. Aneka keripik tersebut dipasarkan di Kabupaten Pasuruan. UD L&L belum pernah melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran yang berpengaruh terhadap keuntungan perusahaan. Dengan adanya persaingan dalam pemasaran produk dengan perusahaan lain, maka menuntut pihak UD L&L untuk dapat menemukan serta merencanakan strategi pemasaran yang baik bagi perusahaan.

Metode yang dapat digunakan untuk penentuan strategi yang tepat dan untuk menentukan prioritas strategi digunakan *Analytical Hierarchy Proses* (AHP).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana kriteria kepentingan pemasaran dari usaha keripik di UD. L&L?
- b. Strategi pemasaran apakah yang berbasis kepentingan usaha itu sehingga lebih tepat untuk meningkatkan keuntungan bagi UD. L&L?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui kriteria kepentingan pemasaran di UD. L&L.
- b. Menentukan strategi yang paling tepat untuk meningkatkan keuntungan pada UD. L&L.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi perusahaan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penentuan strategi pemasaran, guna mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditentukan.
- b. Sebagai referensi yang nantinya akan menjadi bahan pertimbangan atau perbandingan pada penelitian selanjutnya dengan pembahasan yang sama atau penggunaan alat analisis yang sama.