

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menjalankan sebuah bisnis sebuah perusahaan dituntut memiliki strategi yang tepat yang dapat digunakan untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya, serta meningkatkan pertumbuhan bisnis yang menjanjikan profitabilitas bagi perusahaan. Dalam strategi pemasaran keputusan-keputusan yang diambil akan mempengaruhi keseluruhan langkah-langkah yang menentukan keberhasilan maupun kegagalan perusahaan.

Strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai perkembangan pasar dan lingkungan pasar yang bersifat dinamis, sehingga memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan untuk mengembangkan bisnisnya. Setelah bisnis sebuah perusahaan sudah berjalan maka mereka akan memperluas usaha atau melakukan berinovasi baru terhadap usahanya. Adapun beberapa Strategi yang umumnya digunakan atau diterapkan oleh para pebisnis adalah : 1). Strategi Pertumbuhan Intensif, 2). Strategi Pertumbuhan Integratif, 3). Strategi Diversifikasi, 4). Strategi Penetrasi Pasar 5). Strategi Pengembangan Pasar, 6). Strategi Pengembangan Produk.

Semakin berkembangnya perekonomian mengakibatkan timbulnya *Home Industry*, yang pada akhirnya meningkatkan persaingan antar *Home Industry* sehingga menjadi tantangan-tantangan bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam meningkatkan penjualan perusahaannya. Terlihat juga pada *Home Industry* yang memilih kerupuk sebagai produk usahanya. Dimana, kerupuk merupakan makanan pendamping nasi layaknya tempe dan tahu pada umumnya.

Kerupuk merupakan salah satu makanan ringan yang menjadi *top brand* dengan harganya yang sangat terjangkau. Makanan ringan ini diminati semua generasi muda maupun tua. Makanan ini populer di kalangan masyarakat Indonesia sebagai lauk pauk hidangan serta sebagai jenis lomba makan utama pada peringatan Hari Kemerdekaan Indonesia. Semakin berkembangnya jaman, pengetahuan dan teknologi mengakibatkan bermunculannya varian rasa dan

bentuk kerupuk itu sendiri sehingga menyebabkan meningkatnya persaingan yang sangat kuat. Terutama pada usaha kerupuk ibu Zaky yang bernama UD. Kerupuk “ ENAK “ yang sudah berdiri sejak tahun 2000. Pada usaha ibu Zaky ini hanya mengandalkan satu rasa produk dan satu bentuk produk saja. Yang mana, jika tidak melakukan strategi pemasaran yang tepat akan berdampak buruk terhadap usaha ibu Zaky itu sendiri yaitu tersingkir dan tergantikan oleh usaha kerupuk lainnya.

UD. Kerupuk “ ENAK “ harus dapat mempertahankan pangsa pasarnya agar tetap mempertahankan kualitas diantara usaha kerupuk lainnya. Ketatnya persaingan pada *home industry* kerupuk ini, membawa konsekuensi pemilik *home industry* harus selalu mengupayakan berbagai strategi untuk menarik konsumen agar konsumen tidak hanya berkunjung, namun juga mengambil keputusan untuk membeli, bahkan jika bisa mendorong konsumen lain supaya membeli diwaktu yang akan datang dan dapat mengubah konsumen menjadi pelanggan tetap. Maka dari itu, UD. Kerupuk “ ENAK “ Kecamatan Pakusari milik ibu Faidah ini harus benar – benar memilih dan menetapkan strategi apa yang dapat diterapkan oleh perusahaan agar mampu meningkatkan volume penjualannya dan mampu unggul dalam persaingan bisnis *Home Industry* kerupuk lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu, sebagai berikut :

1. Apakah factor – factor internal dan eksternal yang menjadi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman dalam strategi pengembangan pasar pada produk UD. Kerupuk “ ENAK “ Kecamatan Pakusari ?
2. Berdasarkan perumusan matriks SWOT dan hasil analisis menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP), strategi pemasaran apakah yang sesuai dengan pemasaran produk UD. Kerupuk “ ENAK “ Kecamatan Pakusari untuk meningkatkan Volume Penjualannya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui factor – factor internal dan eksternal yang menjadi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman dalam strategi pengembangan pasar pada produk UD. Kerupuk “ ENAK “ Kecamatan Pakusari.
2. Untuk membuat dan memberikan formulasi strategi pemasaran yang tepat pada produk UD. Kerupuk “ ENAK “ Kecamatan Pakusari menggunakan perumusan matriks SWOT dan hasil analisis menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) .

1.4 Manfaat Penelitian.

Berdasarkan pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut :

- a. Bagi Perusahaan.
Hasil dari penelitian ini bermanfaat bagi Manajemen pemasaran di perusahaan agar lebih memfokuskan lagi Strategi Pengembangan Pasar yang mana, yang lebih menarik konsumen baru yang datang tidak hanya untuk berkunjung tapi memutuskan untuk melakukan pembelian.
- b. Bagi Peneliti Lain.
Hasil dari penelitian ini berguna sebagai refrensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama terkait Strategi Pengembangan Pasar sehingga dapat memberikan wawasan, pengetahuan dan perbandingan penelitian antara penelitian perusahaan satu dengan yang lain.
- c. Bagi Penulis.
Hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang Strategi Pengembangan Pasar di perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan produknya.