

BAB 1. PENDAHULUAN

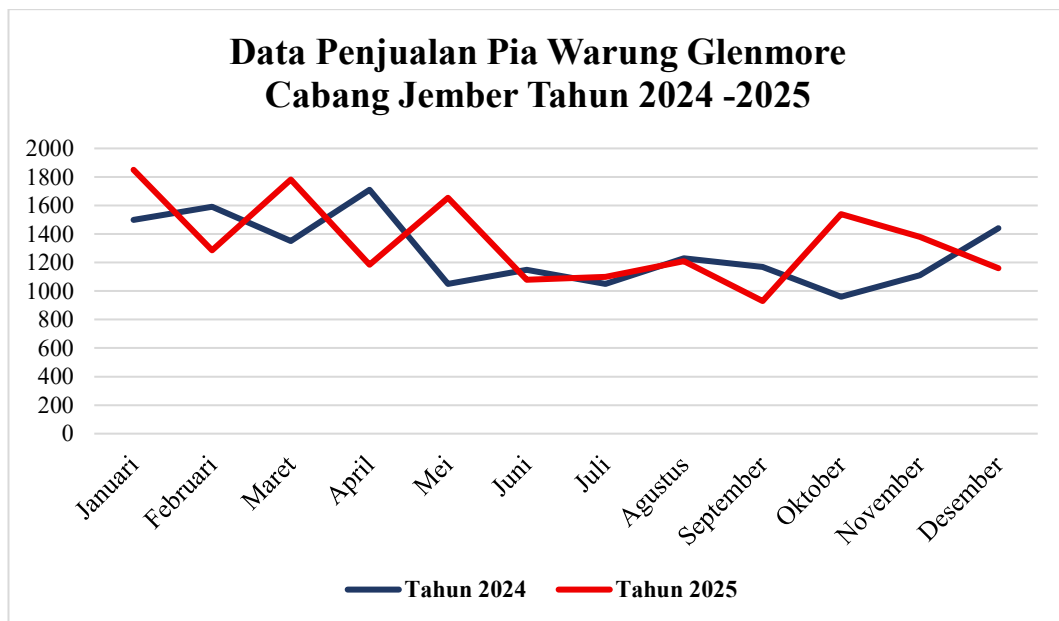
1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara dengan keragaman kuliner tradisional yang sangat kaya dan terbesar di berbagai daerah. Produk pangan dengan pengolahan tradisional tidak hanya memiliki nilai budaya, namun juga berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat khususnya melalui sektor usaha. Dengan adanya usaha khusus pengolahan pangan dapat menjadi salah satu penggerak ekonomi lokal dan dapat menopang ketahanan ekonomi daerah. Salah satu produk pangan tradisional yang memiliki daya tarik tinggi di Indonesia adalah bakpia, bakpia dikenal sebagai camilan khas yang telah mengalami perkembangan baik dari segi rasa, bentuk, maupun cara pengolahannya, sehingga mampu beradaptasi dengan konsumen modern (Kusumawati et al., 2023)

Pemasaran Bakpia yang dimiliki oleh salah satu pelaku usaha yakni Pia Warung Glenmore yang merupakan salah satu upaya strategis yang berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan pelaku usaha serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat di Kabupaten Jember. Kue Bakpia merupakan jenis camilan tradisional yang terbuat dari adonan tepung yang diisi dengan bahan manis dan memiliki ciri khas yang kemudian dipanggang dengan suhu yang telah disesuaikan sebelumnya. Jenis kue ini dikenal sebagai camilan ringan dengan tekstur yang renyah dan lembut. Pia Warung Glenmore Cabang Jember sendiri merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner, khususnya memproduksi dan memasarkan produk bakpia dengan berbagai varian rasa, seperti kacang hijau, keju, coklat, pisang coklat, dan durian.

Usaha ini berlokasi di Jl. PB. Sudirman No. 4 Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Pia Warung Glenmore berupaya mempertahankan cita rasa tradisional dengan inovasi adanya berbagai macam varian rasa serta memanfaatkan lokasi pertokoan yang strategis sebagai sarana produksi dan pemasarannya. Pia Warung Glenmore memasarkan produknya dengan cara memberikan informasinya dari mulut ke mulut serta membuka sistem menerima pesanan melalui pesan aplikasi media sosial yakni WhatsApp. Dalam usahanya penjualan usaha ini telah

memiliki nomor hak merek yaitu IDM000347211 dan juga nomor izin Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) yaitu 3063509077097-25. Berdasarkan data penjualan ini menunjukkan kejadian dengan adanya fluktuasi atau bisa disebut dengan naik turunnya penjualan yang signifikan pada perusahaan ini. Pada tahun 2024-2025 didapatkan hasil penjualan per hari sampai dengan 40-55 *box* yang di mana dalam satu hari memproduksi kurang lebih 450 – 650 biji bakpia dengan berbagai macam varian rasa, satu *box* bakpia terdapat 10 biji bebas dalam memilih varian rasa sesuai selera pelanggan yang dipatok dengan harga sebesar Rp 35.000 per *box* nya. Dalam keterangan yang diberikan adapun perbedaan penjualan yang terjadi pada setiap tahunnya yang di mana hal tersebut juga dapat mempengaruhi jumlah penjualan. Pada tahun 2024-2025 terjadi fluktuasi yang signifikan akibat munculnya banyak kompetitor dengan menggunakan banyak cara untuk pemasaran dan pelayanannya serta berbagai macam inovasi baru yang ada di beberapa kompetitor lainnya. Data penjualan dapat dilihat pada Gambar 1.1 di bawah ini.



Gambar 1. 1 Data Penjualan Pia Warung Glenmore Cabang Jember
Sumber: Pia Warung Glenmore Cabang Jember

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, fenomena yang terjadi pada usaha ini berkaitan dengan kurangnya minat konsumen terhadap makanan atau camilan khas bernilai lokal serta semakin banyaknya pesaing yang menawarkan produk sejenis. Kondisi tersebut diperparah oleh adanya fluktuasi penjualan yang signifikan pada usaha Pia Warung Glenmore Cabang Jember, sehingga berdampak pada produktivitas tenaga kerja, khususnya dalam hal tidak konsisten dalam menentukan jumlah produksi harian yang berpotensi menimbulkan kekurangan maupun kelebihan produksi. Situasi ini selanjutnya berpengaruh terhadap kualitas dan kuantitas produk bakpia yang dihasilkan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis permasalahan tersebut dengan mengangkat judul mengenai strategi pemasaran menggunakan pendekatan strategi prioritas guna membantu menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

Strategi ini perlu didasarkan pada analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, (SWOT) serta menambahkan analisis strategi prioritas menggunakan pendekatan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) agar lebih akurat. Analisis dengan metode ini dapat membantu untuk menentukan pembobotan secara lebih konsisten. Penerapan yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis SWOT dan AHP diharapkan dapat membantu memberikan gambaran yang nyata mengenai kondisi baik internal maupun eksternal perusahaan. Melalui identifikasi yang akan dilakukan juga membantu para konsumen dapat memilih sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Dengan demikian strategi yang digunakan dapat meminimalkan risiko tidak efisien terhadap produksi serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara berkelanjutan.

Kebaruan metode dalam penelitian ini terletak pada integrasi analisis SWOT dengan menggunakan alat analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yang diterapkan secara spesifik pada usaha bakpia skala lokal dengan permasalahan fluktuasi penjualan. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal secara komprehensif, sedangkan metode AHP digunakan untuk memberikan bobot dan menentukan prioritas strategi pemasaran secara kuantitatif dan konsisten, sehingga mengurangi subjektivitas dalam pengambilan keputusan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya

melakukan perumusan alternatif strategi atau menitikberatkan pada pemasaran digital semata, penelitian ini juga menghadirkan pendekatan sistematis dengan menggunakan tiga tahapan yaitu dimulai dari *input, matching, and decision stage* yang menghasilkan strategi prioritas yang paling relevan dan aplikatif sesuai kondisi usaha Pia Warung Glenmore Cabang Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas dapat disebutkan beberapa rumusan masalah, sebagai berikut :

1. Apa saja yang menjadi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi Strategi Pemasaran Pia Warung Glenmore Cabang Jember Di Kabupaten Jember?
2. Bagaimana strategi alternatif Pemasaran Pia Warung Glenmore Cabang Jember Di Kabupaten Jember?
3. Apa strategi prioritas Pemasaran yang digunakan Pia Warung Glenmore Cabang Jember Di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi strategi pemasaran pada Pia Warung Glenmore Cabang Jember Di Kabupaten Jember.
2. Merumuskan dan menganalisis alternatif strategi pemasaran pada Pia Warung Glenmore Cabang Jember Di Kabupaten Jember.
3. Menentukan strategi prioritas pemasaran Pia Warung Glenmore Cabang Jember Di Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Pia Warung Glenmore Cabang Jember
Memberikan masukan strategis untuk menyusun dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang tepat guna membuat keputusan pembelian dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan para usaha kuliner lokal.
2. Bagi Akademisi:
Menambah referensi ilmiah dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait penerapan strategi pemasaran usaha kuliner.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya:
Menjadi acuan dan bahan pembandingan dalam penelitian sejenis di masa mendatang, terutama yang berkaitan dengan strategi pemasaran usaha kuliner lokal dan penentuan strategi prioritas untuk menentukan keputusan.