

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan lingkungan sekitar adalah suatu keadaan yang sangat sulit diramalkan, diperkirakan dan di pastikan di masa yang akan datang. Perusahaan tidak terlepas dari berbagai macam perubahan, yang bersumber dari lingkungan Eksternal maupun lingkungan Internal perusahaan. Perubahan yang berpengaruh negatif merupakan gangguan bagi perusahaan, sedangkan perubahan yang berpengaruh positif akan menunjang kelangsungan hidup perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan harus dapat memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan, baik itu faktor Eksternal maupun faktor Internal. Strategi untuk menghadapi lingkungan Eksternal dapat di tetapkan dengan mengetahui apa yang menjadi ancaman (Threats) dan apa yang menjadi peluang (opportunities) bagi perusahaan. Setelah mengetahui lingkungan Eksternal yang di hadapi, maka analisis lingkungan Internal perlu di lakukan guna mengetahui apa yang menjadi kekuatan (Strengths) dan apa yang menjadi kelemahan (Weakness) dari perusahaan. Menurut David (Fred R. David, 2012) Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan. Dengan demikian perusahaan selalu dapat beradaptasi dengan lingkungan sehingga upaya untuk mencapai tujuan perusahaan senantiasa akan dapat di capai.

Strategi yang jelas dan tegas akan dapat merumuskan perkiraan terhadap perubahan lingkungan secara cepat dan tepat, baik yang menyangkut aspek-aspek internal maupun eksternal perusahaan sehingga perusahaan dapat mengambil tindakan lebih dini terhadap perubahan-perubahan tersebut. Penentuan strategi yang baik dalam menghadapi persaingan di pasar adalah salah satu kunci sukses perusahaan dalam memasarkan barang dan jasa yang dimilikinya. Salah satu dunia usaha yang saat ini tingkat persaingannya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun adalah produksi ritel makanan. Produksi ritel makanan merupakan salah satu potensi home industry terbesar kedua setelah pertanian yang memiliki prospek dan peluang jangka panjang yang mampu menyerap tenaga kerja di daerah. Home industry ini memiliki pertumbuhan yang cukup pesat untuk mengembangkan potensi produk makanan tradisional yang tetap menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat secara keseluruhan. Bisnis ritel makanan saat ini banyak di kembangkan oleh para pengusaha di berbagai daerah di Indonesia karena dianggap mampu mendatangkan keuntungan yang besar dari sektor ini.

Home industry suwar-suwir merupakan salah satu ritel makanan yang termasuk dalam makanan tradisional. Home industry suwar-suwir menjadi salah satu bisnis ritel makanan yang mempunyai pengaruh besar bagi peningkatan kesejahteraan ekonomi rakyat. Metode pemasaran yang dipakai *home industry* ini dengan menitipkan produknya ke toko-toko dan minimarket yang ada di daerah Jember dan ke toko pusat oleh-oleh makanan khas di kota-kota, namun tidak sedikit pembeli membelinya langsung ke *home industry* tersebut. Suwar suwir merupakan industri yang berskala kecil dan menengah yang memiliki daya saing yang rendah, ditandai dengan kapasitas produk dan produksi suwar suwir yang masih rendah, cakupan promosi yang belum luas. maksimal karena tidak ada usaha untuk meningkatkan pemasaran produknya dengan memperbanyak jalur distribusi dan promosi, pengetahuan akan sistem pencatatan dan pembukuan perusahaan yang belum optimal, minimnya alat operasional produksi khususnya alat-alat produksi modern yang dapat mendukung kelancaran produksi dan pemasaran di lapangan, serta sedikitnya variasi produk yang dihasilkan baik dari segi bentuk, rasa dan kemasan. Selain itu, lebih konsumtifnya masyarakat sekarang terhadap makanan-makanan modern dibandingkan dengan makanan tradisional menjadikan pemilik menjadi lebih kesulitan untuk memasarkan rengginangnya tersebut, karena masyarakat sekarang menganggap makanan modern adalah *lifestyle* mereka yang dapat meningkatkan *prestise* bagi kehidupan mereka dan menganggap makanan tradisional sebagai makanan yang ketinggalan zaman terutama bagi masyarakat perkotaan. Banyaknya produsen ritel makanan yang memproduksi makanan modern baik yang berasal dari dalam maupun luar negeri seperti aneka makanan ringan atau *snack*, aneka makanan cepat saji, aneka roti, aneka donat yang menjadi ancaman bagi perusahaan dan membuat persaingan semakin ketat dalam memperebutkan pasar.

Menurut dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) DI Kabupaten Jember, pelaku usaha suwar-suwir tersebar di 6 Kecamatan, yaitu Kecamatan Kaliwates, Kecamatan Umbulsari, Kecamatan Ajung, Kecamatan Pakusari, Kecamatan Gumuk Mas. Namun para pelaku usaha yang aktif sampai saat ini hanya 5 UKM yang tersebar di 2 Kecamatan, yaitu Kecamatan Kaliwates dan Kecamatan. Kelima UKM tersebut adalah UD. Primadona, UD. Rezmi. UD. Mutiara Rasa, UD. Vina Madu, dan UD. Aroma.

Tabel 1.1
 Hasil penjualan UKM suwar-suwir di Kabupaten Jember

Sumber: DISPERINDAG Kab. Jember 2018

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa UD. Primadona memiliki hasil penjualan yang lebih tinggi dibandingkan keempat UKM lainnya. Adanya perbedaan tersebut karena perbedaan penetapan harga jual produk kepada konsumen. Menurut Nainggolan (2016), lamanya suatu usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan karena dapat mempengaruhi produktifitas serta keahliannya, sehingga menambah efisiensi serta mampu menekan biaya produksi lebih kecil dari pada hasil penjualan, kemudian keterampilan berdagang dan relasi bisnis juga semakin meningkat. Adapun UD. Mutiara Rasa saat ini menduduki posisi ke dua setelah UD. Primadona, dimana posisi ini bisa dimaksimalkan untuk meningkatkan penjualan sehingga mampu setara dengan UD. Primadona. Namun ada beberapa faktor yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal, maka dari itu perlu adanya analisis SWOT untuk dapat menghadapi persaingan yang begitu ketat. UD. Mutiara Rasa merupakan produsen makanan khas kota Jember yang memproduksi suwar-suwir dengan berbagai macam varian mulai dari bentuk, rasa, warna dan kemasan yang khas dari perusahaan tersebut. Semakin tingginya persaingan di antara perusahaan sejenis yang memproduksi makanan khas kota Jember, maka bagaimana UD. Mutiara Rasa membentuk strategi pemasaran yang efektif untuk memenangkan persaingan dengan cara mengoptimalkan kekuatan serta meminimalkan kelemahan yang dimiliki UD. Mutiara Rasa untuk mempertahankan pasar yang sudah ada dan merebut peluang pasar.

Oleh sebab itu maka UD. Mutiara Rasa harus mampu mengantisipasi ancaman-ancaman dari perusahaan lain dan mampu mengambil kesempatan yang datang. Permasalahan yang menyebabkan UD. Mutiara Rasa dalam aspek pemasaran adalah ketersediaan alat produksi yang kurang modern, legalitas usaha yang kurang, ketersediaan modal terbatas, manajemen mutu produk yang belum ada, serta campur tangan pemerintah setempat yang masih minim.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik *Home Industry* UD. Mutiara Rasa ditemukan bahwa selama kurang lebih 20 tahun usaha ini dijalankan tetapi belum mampu memberikan dampak ekonomi yang signifikan terhadap perkembangan usaha *Home Industry* UD. Mutiara Rasa ini. Rumusan masalah dalam penelitian ini didasarkan pada latar belakang yaitu ketersediaan alat produksi yang kurang modern, legalitas usaha yang kurang, ketersediaan modal terbatas, manajemen mutu produk yang belum ada, serta kurangnya campur tangan pemerintah setempat, minimnya sarana prasarana yang dimiliki dan lain sebagainya yang terbilang masih sangat rendah untuk sebuah usaha yang sudah berjalan selama puluhan tahun, ditambah semakin ketatnya persaingan dalam memperebutkan pasar dengan para produsen ritel makanan modern dan menghadapi persaingan di pasar bebas, mengharuskan perusahaan untuk melakukan evaluasi terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaannya agar mampu menentukan strategi yang sesuai untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat dan mampu mengembangkan usahanya, maka berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan beberapa pokok masalah yang akan diteliti yaitu:

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi lingkungan internal yang meliputi (Kekuatan dan Kelemahan), serta Lingkungan Eksternal yang meliputi (Ancaman dan Peluang)?
2. Strategi pemasaran apa saja yang dapat menjadi alternatif dalam memasarkan produk UD. Mutiara Rasa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kondisi Lingkungan internal yang meliputi (Kekuatan dan Kelemahan), serta Lingkungan Eksternal yang meliputi (Ancaman dan Peluang).
2. Mengetahui strategi pemasaran yang dapat menjadi alternatif dalam memasarkan produk UD. Mutiara Rasa.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Peneliti yaitu sebagai media untuk menerapkan ilmu yang di dapat dari perkuliahan dan mendapat pengalaman dari perusahaan yang di jadikan objek penelitian.
2. Perusahaan diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan dalam penetapan kebijakan strategi dan pengambilan keputusan strategis yang berhubungan dengan pemasan produk UD. Mutiara Rasa.
3. Pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan masukan yang dapat dijadikan referensi dalam melakukan studi lanjutan.

