

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini perkembangan dunia usaha di Indonesia mengalami persaingan yang cukup ketat di segala bidang, baik dalam bidang perindustri maupun perdagangan. Persaingan tersebut disebabkan oleh kemajuan teknologi dan perekonomian yang semakin berkembang dengan pesat. Oleh karena itu perusahaan harus bersaing untuk dapat bertahan dan berkembang serta dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya sehingga tujuan perusahaan akan tercapai.

Perkembangan ekonomi di tandai dengan adanya perubahan-perubahan yang menyebabkan perusahaan akan menghadapi berbagai kendala di dalam perkembangan bisnisnya. Kondisi pertumbuhan bisnis sekarang ini cukup tinggi, di mana dapat dilihat dari tumbuhnya perusahaan-perusahaan dengan produk yang sejenis dengan pesaing, sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Dalam hal ini perusahaan hendaknya mengetahui pasar di mana produk atau jasa yang diproduksi akan ditawarkan atau dipasarkan. Dunia bisnis menuntut peranan pemasaran yang dapat menunjang kemajuan usaha bisnis. Maju atau mundurnya suatu bisnis akan sangat ditentukan oleh keberhasilan kegiatan pemasaran bisnis tersebut. Karena kegiatan pemasaran merupakan kegiatan bisnis yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas (pelanggan). Pentingnya peranan masyarakat yang dimaksud bukan berarti mengenyampingkan peranan bagian

bagian lain dalam bisnis, Hubeis (2009)

Kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan, sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah lama agar tetap bermutu. Salah satu tujuan pengusaha adalah bagaimana usahanya berhasil dan mendapatkan keuntungan.

Persaingan di dalam mendapatkan pelanggan, tidaklah mudah tanpa ada sebuah tindakan nyata berupa bekerja keras dengan menggunakan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Strategi merupakan kunci penting terhadap keberhasilan sebuah perusahaan dalam menarik pelanggan. Strategi adalah upaya yang dimiliki individu dan unsur-unsur yang ada dalam organisasi untuk memiliki ketrampilan dan memanfaatkan sumber daya sesuai dengan kondisi lingkungan kerja untuk mendapatkan keuntungan yang optimal.

Strategi bauran pemasaran merupakan solusi untuk menangani aktivitas yang berkaitan dengan produk atau jasa untuk memperoleh keuntungan, strategi pemasaran ini penting dilakukan untuk memberikan solusi atas kemungkinan permasalahan yang dihadapi perusahaan.

Melalui strategi pemasaran dengan menggunakan konsep strategi bauran pemasaran, usaha mampu untuk mengembangkan visi, misi, dan tujuannya dalam rangka menumbuhkan kepercayaan, imej, dan loyalitas

produk yang ditawarkan pada pelanggan.

Desa Kalipang Kec, Grati Kab, Pasuruan merupakan salah satu sentra pembuatan krupuk puli di kota pasurusn. Perkembangan dunia usaha khususnya krupuk puli saat ini telah membawa para pelaku dunia usaha kepada persaingan yang sangat ketat dalam meningkatkan penjualan, hal itu tidak menutup kemungkinan untuk perkembangan para pelaku UMKM krupuk puli di desa Kalipang dalam meningkatkan penjualan perlu yang namanya strategi guna untuk meningkatkan penjualan dan untuk mempopulerkan produk di kalangan masyarakat luas terhadap produk yang dihasilkan.

Produk suatu perusahaan sebagai alat pemuas kebutuhan manusia dari hari- kehari. Pemimpin perusahaan harus selalu berusaha agar produk perusahaannya berdaya guna dan berhasil guna. Dalam usahanya, perusahaan harus dapat mengikuti perkembangan selera konsumen. Apabila hal ini dapat dilaksanakan oleh perusahaan maka kelangsungan hidupnya (kontiunitas perusahaan) dapat dipertahankan. persoalan kelangsungan hidup tersebut yang ingin selalu dijaga oleh perusahaan adalah keinginan yang wajar.

Setelah usaha yang dirintis berjalan, alangkah lebih baik apabila berfikir bagaimana cara mengembangkannya, baik pengembangan jenis produk maupun pengembangan pemasarannya. Setiap para pengusaha menginginkan agar usaha yang didirikannya berjalan dengan baik, lancar, banyak diminati oleh konsumen, bahkan konsumennya merasa puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, perusahaan akan

lebih meningkatkan nilai produk dan penjualannya. Tidak terkecuali dengan para pelaku usaha krupuk puli yang dikelola sejak lama, yang bertempat di Desa Kalipang Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, dapat diketahui bahwa para pelaku usaha UMKM krupuk puli di desa Kalipang menjelaskan bahwa Usaha krupuk puli adalah perusahaan yang bergerak dibidang produk makanan ringan di mana bahan bakunya nasi, tepung tapioka, bawang putih, ketumbar dan bahan baku rahasia setiap UMKM yang tidak bisa disebutkan. Krupuk puli ini merupakan makanan ataupun oleh-oleh khas dari Desa Kalipang khususnya di Kecamatan Grati. Pendapatan dari hasil penjualan krupuk puli ini berkisar Rp 20.000.000/tahun. Di mana karyawan diberi gaji harian, perharinya Rp 15.000 bagi siperacik Krupuk puli , Rp15.000 bagi situkang Krupuk puli, dan Rp 25.000 bagi situkang masak Krupuk puli. Usaha yang di jalankan di atas tanah sendiri sehingga tidak perlu untuk mengeluarkan dana untuk menyewa tanah.

Secara teoritis dengan masuknya pesaing akan mendorong distribusi keuntungan yang lebih luas dan akan memperkecil perolehan keuntungan masing- masing industri yang mengakibatkan kerugian bagi para pengusaha. Usaha Krupuk puli di Desa Kalipang tetap mampu meningkatkan penjualan dan jumlah konsumennya walaupun hanya penjualannya masih di sekitar daerah Kabupaten Pasuruan saja.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu pelanggan Usaha Krupuk puli mengatakan bahwa cita rasa Krupuk puli ini sangatlah enak, manis, gurih

dan renyah, tidak ada pengawet dan penyedap rasa, memang murni dan asli. Itulah yang membuat saya tidak pernah bosan dengan rasa Krupuk puli dari Desa Kalipang, tidak diragukan lagi produknya. Begitu juga harganya yang begitu murah hanya dengan Rp 3.000 sudah dapat satu bungkus Krupuk puli.

Penjelasan para pelanggan dapat terlihat beberapa kelebihan- kelebihan produk usaha Krupuk puli pada Desa Kalipang di mana, produknya yang mempunyai cita rasa yang sangat enak, gurih, renyah, tahan lama, tidak memakai pengawet dan penyedap rasa. Begitu juga dengan harganya yang murah. Akan tetapi sangat disayangkan penjualannya hanya di sekitar Desa Kalipang dan Kabupaten Pasuruan saja yang menyebabkan usaha Krupuk puli ini masih sangat kurang dikenali masyarakat luar daerah. sebagaimana diketahui perkembangan penjualan dan kualitas produk sangat diperlukan dalam menentukan berkembangnya suatu usaha yang didirikan. Padahal Usaha Krupuk puli di Desa Kalipang ada yang sudah berdiri lebih dari 38 tahun namun penjualannya masih di sekitar Desa Kalipang dan Kabupaten Pasuruan saja.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan di atas penulis tertarik untuk membahas lebih mendalam mengenai bagaimana strategi pengembangan dari Krupuk puli di Desa Kalipang dan apakah kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman bagi para pelaku usaha Krupuk puli dalam sebuah skripsi yang berjudul: “ **Strategi Pengembangan Usaha Krupuk Puli Melalui Analisis Swot Di Desa Kalipang Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

Bagaimana menentukan strategi pengembangan usaha pada krupuk puli melalui analisis SWOT di Desa Kalipang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha krupuk puli melalui analisis SWOT di Desa Kalipang

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi pengalaman yang berharga dalam meningkatkan kemampuan peneliti dalam mengembangkan ilmu dan dapat memberikan gambaran hasil penelitian khususnya mengenai “Strategi Pengembangan Usaha Krupuk Puli Melalui Analisis Swot Di Desa Kalipang Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan”

2. Bagi Pelaku UMKM Krupuk Puli Desa Kalipang

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai gaya hidup pelanggan terhadap keputusan pembelian yang diberikan oleh perusahaan . Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan pertimbangan

atau masukan dalam mengembangkan bisnis penjualan krupuk puli dimasa yang akan datang khususnya di bidang pemasaran produk.

3. Bagi universitas

Penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan dan referensi bagi penelitian serupa di masa yang akan datang, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran yang diberkaitan dengan gaya hidup dan harga.

4. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dan referensi bagi penelitian berikutnya dalam bidang pemasaran.

