

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kripik tempe bunda merupakan salah satu home industry yang berada di RT 1 RW 2 Desa Mergayu Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung yang memproduksi olahan camilan berbahan dasar kedelai atau biasa disebut dengan kripik tempe. Kripik tempe bunda berdiri sejak tahun 2019 didirikan oleh Ibu Nihayatus Sa'adah. Pemilik usaha belum memiliki toko untuk proses jual belinya sehingga untuk melakukan produksi dan transaksi jual beli berada dalam satu lokasi dengan tempat tinggal pemilik usaha.

Usaha kripik tempe ini berjalan sudah cukup lama namun pada awal berdirinya usaha ini pemilik mengakui belum mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan sesuai sasaran. Sehingga ketika dagangan Beliau belum laku terjual pemilik usaha terpaksa memilih untuk mengelola olahan kripik tempe untuk dikonsumsi sendiri. Kurangnya promosi juga terlihat dari jangkauan konsumen yang diperoleh oleh kripik tempe bunda di awal berdirinya usaha dikarenakan sebagian besar konsumen diperoleh dari relasi dan bukan orang umum, yang menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan pada saat itu belum sampai ke masyarakat atau khalayak umum.

Usaha kripik tempe merupakan olahan camilan yang banyak diminati semua kalangan rasanya yang enak dan gurih menjadi ciri khas olahan makanan ini, namun untuk memasarkan produk diperlukan peningkatan

strategi pemasaran yang baik dengan tetap memperhatikan peluang kondisi pasar maka dari itu diperlukan peningkatan strategi pemasaran yang tepat. Seiring berjalannya waktu usaha kripik tempe semakin bermunculan sehingga menimbulkan persaingan bisnis yang ketat maka dari itu pengusaha kripik tempe diwajibkan untuk mengoptimalkan strategi pemasarannya secara lebih baik supaya mampu menumbuhkan kesetiaan konsumen terhadap produk kripik tempe yang didistribusikan.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan dari suatu perusahaan. Menurut Philip Kotler strategi pemasaran adalah ide yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam suatu usaha, hal ini mencakup strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, serta biaya pengeluaran pemasaran. Dalam hal ini didukung oleh pendapat Swasta, "Strategi merupakan suatu rancangan bagi suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya". Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan setiap usaha bisnis diperlukan pengembangan melalui strategi pemasaran.

Setiap pelaku usaha bisnis pasti memiliki strategi pemasaran masing masing yang dikonsep secara tersusun rapi untuk mencapai suatu tujuan dari bisnis yang dijalankan. Strategi pemasaran wajib dijalankan oleh pelaku usaha bisnis untuk tetap mempertahankan eksistensi bisnisnya ditengah maraknya persaingan bisnis. Melalui strategi pemasaran yang dijalankan

diharapkan pengusaha dapat mempertahankan pendapatan penjualan secara meningkat sehingga tetap bisa mempertahankan keberadaan suatu bisnis.

Untuk mempertahankan pendapatan penjualan diperlukan suatu strategi pemasaran yang tepat agar produk yang diproduksi dapat dikenal oleh banyak target pasar sehingga mampu mendobrak pendapatan penjualan produk. Strategi pemasaran yang tepat dan sesuai tujuan akan memberikan keuntungan yang sangat tinggi kepada pemilik usaha. Terdapat banyak strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan penjualan dan menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh produsen. Salah satu strategi yang banyak digunakan oleh perusahaan adalah *marketing mix strategi* (strategi bauran pemasaran).²

Seperti penelitian yang sudah dilakukan oleh Siti Nur Qomariyah dan Muhyiddin Zainul Arifin pada tahun 2020 dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan”. Tujuan dari jurnal ini adalah untuk mengetahui apakah penggunaan analisis SWOT dapat meningkatkan penjualan pada Toserba Dana Berkah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa jumlah perhitungan IFAS dan EFAS yang berada di posisi kuadran I, ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan. Toserba Dana Berkah Ngusikan Jombang memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Berdasarkan hasil penelitian yang ada pada

² Danang Sunyoto, “*Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*”, (Yogyakarta: CAPS, 2012), Cet1, hal. 18.

hasil dan pembahasan mengemukakan hipotesa bahwa penerapan analisa SWOT mempengaruhi penjualan pada Toserba Dana Berkah dikarenakan konsep kekuatan dan peluang yang dimiliki lebih unggul dibandingkan swalayan lainnya yang berada di Ngusikan Jombang sehingga dapat menekan kelemahan dan ancaman yang di hadapi oleh Toserba Dana Berkah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada penggunaan analisis SWOT dalam merumuskan strategi pemasaran , sedangkan perbedaan terdapat pada subjek dan waktu penelitian.

Selain itu terdapat penelitian yang sudah dilakukan oleh Pricilia M Malonda, dkk pada tahun 2019 dengan judul “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Bakso Baper Jogja”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan strategi pemasaran yang cocok berdasarkan analisis swot pada rumah makan Bakso Baper Jogja dengan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap faktor internal dan faktor eksternal dengan menggunakan analisis SWOT disimpulkan bahwa rumah makan bakso baper jogja berada pada kuadran I (peluang dan kekuatan) sehingga strategi yang cocok adalah strategi penetrasi pasar dengan menerapkan saran seperti perusahaan harus mempertahankan kualitas produk, pelayanan , dan kestabilan harga agar tetap dapat memuaskan konsumen serta meningkatkan promosi.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan bauran pemasaran 4p yang terdiri dari (harga,

produk,tempat,promosi). Sedangkan untuk perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian.

Strategi pemasaran sangat erat kaitannya dengan faktor lingkungan perusahaan, maka usaha home industry kripik tempe bunda perlu memperhatikan aspek lingkungan. Mempelajari aspek lingkungan maka dapat digunakan pendekatan dengan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). Dalam usaha home industry kripik tempe bunda ini pasti memiliki berbagai macam kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang nantinya dapat dianalisis untuk dapat menentukan strategi apa yang tepat bagi home industry kripik tempe bunda di kedepannya nanti. Melihat dan mempelajari aspek lingkungan tersebut maka dapat digunakan pendekatan dengan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Treats*). Berikut adalah data pendapatan penjualan home industry kripik tempe bunda mergayu sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Data Pendapatan Penjualan Home Industry Kripik Tempe
Bunda Tahun 2019 - 2022**

Tahun	2019	2020	2021	2022
Penjualan	Rp. 20.0000.000	Rp. 40.000.000	Rp. 60.000.000	Rp. 50.000.000

Sumber : Observasi Lapangan

Berdasarkan tabel yang telah dijelaskan diatas bahwa home industry kripik tempe mengalami penurunan pendapatan penjualan pada tahun 2022 hal ini disebabkan karena banyaknya pesaing yang menjual produk sejenis, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang cocok agar usaha ini mengalami kenaikan pendapatan penjualan lagi.

Berdasarkan latar belakang dan tabel yang telah dijelaskan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN PENDAPATAN PENJUALAN PADA HOME INDUSTRY KRIPIK TEMPE BUNDA MERGYAYU”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka berikut ini terdapat beberapa tujuan penelitian, yaitu :

1. Bagaimana strategi pemasaran *home industry* kripik tempe bunda ditinjau dari kondisi pangsa pasar, segi produk, harga, tempat, dan promosi?
2. Bagaimana analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat pada *home industry* kripik tempe bunda mergayu ?

C. Tujuan Penelitian

Melihat dari fokus masalah yang dipaparkan di atas, maka berikut ini terdapat beberapa tujuan penelitian, yaitu:

1. Untuk merumuskan strategi pemasaran *home industry* kripik tempe bunda dilihat dari kondisi pangsa pasar , produk, harga, tempat, dan promosi
2. Untuk menganalisis peran SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat pada *home industry* kripik tempe bunda

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pihak terkait. Adapun manfaat yang diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pengusaha dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat sehingga bisnis dapat berkembang lebih luas lagi.
2. Menambah wawasan bagi peneliti dalam bidang bisnis dan juga ilmu pemasaran.

E. Penegasan Istilah

a. Strategi

Strategi adalah serangkaian proses dalam perusahaan yang luas dan tersusun yang menghubungkan antara kekuatan internal perusahaan dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya.

b. Pemasaran

Pemasaran merupakan sistem yang digunakan dalam bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan

mendistribusikan barang- barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai target pasar perusahaan.

c. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah tindakan sosial yang terjadi antar individu dan kelompok untuk saling memuaskan kebutuhan dengan cara menciptakan produk dengan kebutuhan yang sama.

d. Bauran pemasaran

Bauran pemasaran merupakan faktor yang terdiri dari dimensi kompetitif yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan konsumen terhadap produk yang dihasilkannya.

e. Pendapatan penjualan

Pendapatan adalah semua penerimaan, baik tunai maupun non tunai yang merupakan hasil dari penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu.

f. *Home Industry*

Home industry adalah kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat³.

g. Analisis SWOT

³ Nurul Fitri, et. al., “Peran Home Industri dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga”, (Skripsi: STAIN Lhokseumawe, 2016), hal. 13

Analisis SWOT Menurut Rangkuti digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Dalam analisis ini digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk gabungan SWOT.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk memudahkan penulisan, pembahasan dan penilaian skripsi, maka dalam pembuatannya akan dibagi menjadi beberapa bagian yaitu sebagai berikut:

BAB I : adalah Pendahuluan. Pada bagian ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah.

BAB II : adalah Kajian Pustaka. Pada bagian ini menjelaskan tentang teori yang menjelaskan data penelitian. Mulai dari teori analisis swot, strategi pemasaran, pendapatan penjualan, *home industry*.

BAB III : adalah Metode Penelitian. Pada bagian ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik

pengelolaan data, dan teknik pengumpulan data yang ada di *Home Industry* Kripik Tempe Bunda Desa Mergayu.

BAB IV : Hasil Penelitian. berisi tentang hasil temuan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Bagian ini meliputi paparan data dan hasil temuan penelitian. Pada bagian ini peneliti menuangkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang diperoleh dengan cara Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi.

BAB V :Pembahasan. Pembahasan, pada bab ini berisi pembahasan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan dan dikaitkan dengan teori yang merujuk pada penelitian. Penelitian disini melakukan pembahasan terhadap hasil penelitian yang telah ditemukan kemudian mengkaitkannya dengan teori yang ada, apakah data yang diperoleh tersebut sudah sesuai dengan teori yang ada atau bertentangan dengan teori.

BAB VI : Penutup, pada bab ini merupakan bagian menuju akhir dari sebuah penelitian. Bagian ini berisi mengenai kesimpulan dan saran. Pada bagian ini peneliti menuangkan keseluruhan dari isi penelitian dengan cara menyimpulkannya. Kemudian juga memberi saran-saran bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.