

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian Indonesia saat ini mengalami peningkatan dengan adanya persaingan yang semakin *kompetitif*, dengan meningkatnya persaingan maka dunia usaha saat ini semakin berkembang di karenakan banyaknya pendatang pengusaha baru di beberapa bidang usaha, maka pengusaha lama harus tetap bertahan dan harus mampu menghadapi persaingan bisnis dengan para pengusaha pendatang baru, dari kondisi tersebut para pembisnis dalam dunia usaha harus menerapkan strategi-strategi yang lebih baik dari para pesaing bisnis, strategi yang baik akan berdampak baik bagi perusahaan namun sebaliknya strategi yang buruk juga akan berdampak buruk pada perusahaan hal tersebut bisa dilihat dari sukses atau gagalnya perusahaan tergantung dengan strategi yang perusahaan gunakan. Menurut yassar dalam (Anissa Mayang Indri Astuti dan Shinta Ratnawati, 2020) menyatakan bahwa strategi dapat diartikan sebagai arahan dari perusahaan dalam waktu jangka panjang yang menciptakan keuntungan jangka panjang maka perusahaan harus bisa menjalin hubungan yang baik antara konsumennya, sehingga dapat menciptakan loyalitas kepada para konsumennya. Maka dalam hal ini terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan oleh pembisnis agar konsumen lebih tertarik dengan produk yang dipasarkan. Strategi promosi dan strategi pemasaran secara *online* atau bahkan secara *offline* merupakan strategi penjualan yang banyak diminati oleh para pengusaha. Dalam setiap

usaha perlu adanya mempertahankan produk untuk selalu diminati konsumen karena setiap suatu proses bisnis pasti selalu mengalami perkembangan baik dari segi produk, harga, tempat atau bahkan promosinya hal ini di harapan dapat membuat konsumen tidak berpindah ke produk lain yang sejenis. Hal tersebut juga merupakan salah satu faktor penentu dari sukses atau tidaknya suatu perusahaan yang diperlukan agar tetap bertahan, atau menjadi lebih *kompetitif*.

Disamping hal tersebut perusahaan yang ingin mendapatkan tujuan jangka panjang perlu adanya mampu merumuskan strategi yang tepat dan layak bagi perusahaan, strategi pemasaran memiliki peranan penting untuk mencapai keberhasilan atau kesuksesan sebuah perusahaan selain itu para pelaku bisnis perlu meninjau perkembangan dari lingkungan pasar serta harus melakukan pendekatan pasar untuk dapat dengan mudah memuskan semua kebutuhan para pelanggan, sehingga para pelaku bisnis dapat menciptakan produk yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan dan kemauan para pelanggan serta mampu memberikan pelayanan yang sangat maksimal supaya para pelanggan dapat merasakan kepuasan serta perusahaan juga dapat memenangkan persaingan bisnis.

Home industri adalah usaha rumahan yang memproduksi barang dan jasa *home industri* dapat dikatakan sebagai perusahaan kecil karena kegiatan usaha yang dilakukan dipusatkan di rumah saja, industri sendiri dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengolah bahan-bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga bahan mentah tersebut dapat memiliki nilai tambah

ketika diperjual belikan. *Home industri* merupakan suatu bagian dari bisnis UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan menengah) *home industri* sendiri dapat dikatakan bisnis kecil dikarenakan usaha yang dimiliki oleh pelaku bisnis dapat dikelola dengan bebas serta tidak terlibat dengan perusahaan bisnis lainnya. *Home industri* merupakan usaha yang dilakukan secara perorangan dalam rangka mendapatkan pendapatan yang strategis serta dapat menyangkut perekonomian dari kehidupan banyak orang dan menjadi tulang punggung perekonomian nasional.

Home industri di Desa Prenduan telah mempunyai peranan yang sangat penting pada pertumbuhan ekonomi. Banyaknya usaha-usaha yang dijalankan masyarakat Desa Prenduan adalah salah satu bentuk usaha yang dilakukan masyarakat untuk meningkatkan perekonomian. Semakin banyaknya pesaing usaha rumahan yang ada di Desa Prenduan membuat konsumen semakin selektif dalam memilih produk yang akan diperjual belikan. Sebagian besar konsumen menginginkan produk yang mengikuti zaman dengan kualitas tinggi dan harga yang relatif terjangkau. Hal ini tentunya harus meninjau bagaimana strategi yang digunakan oleh para pelaku bisnis. Di antara *home industri* yang ada di Desa Prenduan, usaha rumahan merupakan salah satu cara untuk memperoleh penghasilan sebagai sumber kehidupan maupun untuk menambah pendapatan dalam rumah tangga saat ini. *Home industri* saat ini sangat melesat, sehingga membutuhkan strategi pemasaran yang baik untuk memperkenalkan suatu produk pada konsumen untuk dapat bersaing dengan usaha sejenisnya.

Home industri UD Praktis Rengginang Cap Jempol adalah pelaku usaha rumahan dimana usaha yang dijalankan adalah sebuah rengginang dengan merek Cap Jempol. Rengginang sendiri merupakan salah satu jajanan tradisional yang ada di Indonesia, makanan ini di buat secara tradisional, sejenis kerupuk tebal yang terbuat dari rebusan beras ketan yang sudah di racik dengan rempah-rempah khusus yang kemudian dibentuk dengan berbagai macam bentuk dan dikeringkan di bawah panas matahari setelah itu kerupuk berukuran tebal tersebut digoreng secara bersamaan, namun *home industri* UD Praktis hanya menjual rengginang mentah yang kemudian dipasarkan sesuai dengan kemauan dan kebutuhan para konsumen. *Home industri* UD Praktis berlokasi di jalan Pertigaan Prenduan ke utara, usaha ini didirikan oleh Ibu khotimah sejak tahun 2000 kurang lebih 20 tahun lalu usaha ini didirikan. Dalam kegiatan produksi dilakukan setiap harinya dan di setiap harinya bisa memproduksi rengginang hingga mencapai 65kg atau bahkan lebih ketika cuaca panas dan produksi rengginang ini dapat diberhentikan ketika cuaca kurang baik seperti musim hujan, setiap kali memproduksi rengginang dapat menghasilkan 20 sampai 30 bungkus produksi perharinya. Dalam satu bulan rengginang cap jempol dapat memproduksi sebanyak kurang lebih 600 bungkus rengginang mentah. Harga 1 bungkus rengginang mentah berkisar Rp. 18.000 s/d Rp. 67.000 tergantung dari ukuran dan varian dari rengginang itu sendiri. Rengginang Cap Jempol memiliki beberapa bentuk dan varian, bentuk yang dimiliki yaitu oval, bulat, bola-bola dan lain sebagainya, serta varian yang dimiliki yaitu varian lorjuk,

teri, kerang dan lain sebagainya, varian yang paling diminati oleh konsumen adalah varian rengginang lorjuk, untuk melakukan usaha rengginang ini hanya dilakukan secara kekeluargaan saja baik itu karyawan maupun pengelolanya.

Berdasarkan keadaan perusahaan *home industri* UD Praktis saat ini, yaitu melihat dari banyaknya pesaing yang memproduksi produk rengginang dengan kualitas yang sama maka perusahaan harus benar-benar bisa dalam menghadapi para pesaing yaitu dengan cara melakukan bauran pemasaran bagi perusahaan, para pelaku bisnis harus meninjau dan mengamati lingkungan sekitar perusahaan dari segi produk, harga, tempat serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan sendiri. Produk yang dimiliki Perusahaan UD Praktis memiliki suatu kelebihan yaitu rengginang tanpa jemur hal tersebut dapat dijadikan sebuah keunggulan bagi perusahaan UD Praktis, keunggulan tanpa jemur tersebut dapat diperoleh dari proses penjemuran rengginang dengan jangka yang cukup panjang, namun disamping hal tersebut perusahaan UD Praktis masih kurang sadar akan ancaman yang dihadapi dari segi cuaca yang kurang mendukung seperti musim hujan, perusahaan sendiri tidak memungkinkan bisa menjemur rengginang dibawah terik matahari dengan jangka yang cukup lama hal tersebut akan membuat produk rengginang Cap Jempol tidak *ready* ketika para konsumen membutuhkan, selain hal tersebut perusahaan UD Praktis juga masih kurang sadar akan pentingnya memasarkan produk secara online sedangkan dari para pesaing bisnis lainnya sudah banyak yang melakukan pemasaran secara

online hal demikianlah yang dapat menjadikan ancaman tersendiri bagi perusahaan.

Dari pemaparan di atas maka dalam hal ini saya sebagai peneliti tertarik melakukan penelitian ini dengan mengambil judul “**ANALISIS BAURAN PEMASARAN RENGGINANG CAP JEMPOL (STUDI KASUS *HOME INDUSTRI UD PRAKTIS DESA PRENDUAN KECAMATAN PRAGAAN KABUPATEN SUMENEP*)**” dikarenakan peneliti sadar akan pentingnya bauran pemasaran dalam memasarkan sebuah produk perusahaan.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas adapun rumusan masalah ditarik dalam penelitian ini yaitu bagaimana bauran pemasaran rengginang Cap Jempol UD Praktis Desa Prenduan Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan di atas maka tujuan dari adanya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bauran pemasaran rengginang Cap Jempol UD Praktis Desa Prenduan Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

1.4.1 Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan yang peneliti dapatkan selama masa perkuliahan dengan system pemasaran khususnya mengenai bauran pemasaran.

1.4.2 Manfaat praktis

a. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan pada perusahaan UD Praktis Desa Prenduan Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep dalam bauran pemasaran rengginang supaya pelanggan lebih tertarik dan loyal akan produk perusahaan.

b. Bagi pembaca

Diharapkan dapat memberikan gambaran dan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan judul penelitian ini yaitu mengenai bauran pemasaran rengginang cap jempol studi kasus UD praktis desa prenduan kecamatan pragaan kabupaten sumenep.

1.5 Fokus penelitian

Luasnya ruang lingkup penelitian maka untuk menghindari adanya kesalahan supaya penelitian ini sesuai dan tidak melebar maka peneliti memfokuskan penelitian ini sesuai dengan judul yang peneliti buat yaitu Analisis bauran pemasaran rengginang cap jempol studi kasus UD Praktis Desa Prenduan Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep. Fokus penelitian ini difokuskan bagaimana perusahaan melakukan bauran pemasaran rengginangnya serta penelitian ini difokuskan kepada pihak-pihak yang

terkait yaitu Bapak Fendy sebagai informan kunci dan 3 orang distributor UD Praktis sebagai informan pendukung.

