

BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Dalam periode saat ini, industri yang bergerak dibidang makanan melaju semakin pesat mengingat makanan ringan merupakan camilan yang siap saji yang sangat mudah ditemukan di berbagai tempat. Sehingga banyak bermunculan usaha usaha makanan ringan baru dan ikut meramaikan persaingan pasar, banyak industri baru yang menawarkan berbagai macam produk yang unggul dan dengan harga yang bersaing di pasar. Didalam ketatnya dunia persaingan saat ini, setiap perusahaan mempunyai cara sendiri sendiri untuk menarik perhatian konsumen dengan menggunakan strategi yang tepat dan telah di pertimbangkan oleh setiap perusahaan. Pengembangan produk dan strategi pemasaran yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen sangatlah di butuhkan dalam persaingan ini agar perusahaan tidak kehilangan konsumennya.

Menurut Mohammad Emir W (2018) makanan ringan yaitu salah satu kebtuhan dasar manusia untuk menunjang kehidupannya. Hal ini akan terus meningkat karena mengingat di bangsa ini kita mempunyai pertumbuhan penduduk yang sangat pesat dari tahun ke tahun. Namun masyarakat harus bisa berhati hati saat melakukan pemilihan makanan, yaitu dengan memperhatikan kompsisinya dan tanggal kadaluarsanya. Menurut Lailatul mukarromah & Pipit Sari Puspitorini(2019) Perencanaan pemasaran perlu di lakukan dalam kompetisi untuk menciptakan peluang pemasaran yang menguntungkan.

Ninin Non Ayu Salmah (2018) Industri yang mampu mengembngkan ide ide, bakat mereka dan mempunyai kualias keterampilan yang baik itu bisa dikatakan sebagai industri yang berkembang. Dan ini biasanya perlu dilakukan

dengan adanya Strategi pemasaran agar industri yang berkembang bisa menjadi industri maju. Strategi adalah suatu pemikiran yang di dalamnya menjelaskan tentang meguak data kekuatan persaingan perusahaan secara perencanaan menyeluruh. Strategi pemasaran yang dimaksud adalah strategi yang didalamnya memperhatikan penerapan beberapa aspek penting yaitu kualitas produk, strategi promosi, strategi penyaluran dan strategi harga, jika 4 aspek ini diterapkan dan di kembangkan dengan baik maka akan berpengaruh positif ketatnya persaingan di pasar Zen zen Guisi (2018).

Selain adanya Strategi Pemasaran perusahaan juga harus memperhatikan inovasi inovasi terkait dengan perkembangan di bidang ini yaitu dengan cara melakukan pengembangan produk. Pengembangan produk merupakan aktivitas yang mengarah pada pembaruan absolute pada produk itu, Menurut Lutfia Ulfa Handini (2018) sebuah perusahaan perlu melakukan inovasi pada prduk yang mereka buat karena mengingat pada persaingan industri makanan yang sangat pesat sehingga persaingan ini sangatlah penting untuk mencapai keberhasilan suatu peusahaan, selain itu di indosesia ini industri makanan di dukung oleh pemerintah agar produk produk yang di hasilkan mereka bisa lebih berkembang karena memiliki potensi yang sanggat tinggi. di industri makanan setiap perusahaan mendapatkan paduan dari pemerintah baik berupa pelatihan bisnis, pendampingan hukum serta informasi perizinan perlu untuk pendirian usaha. Analisa kompetitor harus dilakukan untukmenjalankan bisnis karena untuk emetakan kondisinya dan untuk para pesaingnya.

CV Shella Jaya adalah bidang usaha yang bergerak pada pembuatan dan sebagai agen makanan ringan. CV ini mempunyai rekan bisnis yang bergerak dibidang yang sama, yaitu CV AJM Food yang berjasa sebagai Supplayer dan juga bertukar produk jualannya. Dimana sistem yang di gunakan adalah “*make to stock*”

dimana sistemnya ini tengkulak produk makanan ringan dan menjual atau memasarkan kembali produk tersebut secara ecer . Dan sisi lain perusahaan ini juga membuat produk makanan ringan Keripik pisang, kecipir, pastel kering dan lamtari yang akan dikirim ke rekan bisnis nya yaitu CV AJM Food dan dalam setiap kemasan satu ball mempunyai berat bersih 2 KG. Pengiriman ini dilakukan setiap satu bulan sekali dalam jumlah per satu produk nya 50 ball. Dan dalam jangka waktu satu bulan itu produk yang dikirimkan ke CV AJM Food ada sisa makan agen tersebut akan melakukan sebuah return produk terkait dengan memperhatikan kadar kadaluarsanya dan mengantinya dengan produk baru setiap bulannya. Salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh pengusaha adalah strategi penjualan dan perkembangan inovasi dalam pengembangan produk nya. Dalam penjualan yang diterapkan usaha ini dibidang belum cukup efektif untuk menarik minat konsumen dalam jangka waktu yang berkelanjutan dan masih banyak produk yang di return. Hal ini perlu diadakan terkait strategi pemasaran dan pengembangan produk guna untuk mengembangkan industri makanan ringan ini agar tidak tertinggal dari pesaing pesain lainnya dan menambah keuntungan pada bidang usaha ini. Strategi pemasaran yang di maksud disini adalah suatu keputusan yang dilakukan untuk mencapai kepuasan pelanggan dan suatu strategi untuk mengenalkan produk nya A. Khoirul Anam (2019). Menurut Bambang Radityo Purnmo(2017) perkembangan produk merupakan aktivitas lintas disiplin yang prosesnya hampir mengarah kedisiplinan yang membutuhkan kontribusi, kontribusi itu sendiri di terdiri dari fungsi fungsi yang terdiri dari perancangan (desain), pemasaran, dan juga manufaktur.

. Dari latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk meningkatkan tingkat penjualan dari industri makanan ringan melalui skripsi yang berjudul.

”PENERAPAN PENGEMBANGAN PRODUK SERTA STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI MAKANAN RINGAN DI CV SHELLA JAYA”

1.2 Rumusan Masalah

Dari permasalahan diatas maka beberapa konteks permasalahannya adalah sebagai berikut :

- a) Bagaimana cara meningkatkan tingkat penjualan produk dengan menggunakan strategi pemasaran.
- b) Bagaimana cara mengembangkan bahan baku produk menjadi produk jual baru yang bebobot.

1.3 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan dari penelitian iniantara lain :

- a) Untuk meningkatkan jumlah konsumen melalui pengembangan produk dan strategi pemasaran
- b) Meningkatkan tingkat penjualan dengan membuat produk baru dengan nilai jual yang menguntungkan dengan inovasi produk.

1.4 Manfaat penelitian

- a) Manfaat teoristik, penulisan skripsi ini diharapkan bisa mampu memberikan kontribusi pemikiran dan ilmu pengetahuan bagi pengembangan ilmupada umumnya, terutama bagi pengembangan ilmu pemasaran produk dan pengembangan inovasi produknya, sehingga dapat menjadi referensi dan inspirasi untuk peneliti berikutnya

- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu CV Shella Jaya untuk mengembangkan bidang usahanya . mulai dari perubahan packing, dekorasi tata letak serta tata cara mempromosikan produknya, dan agar perusahaan bisa dapat memaksimalkan keuntungan.

1.5 Batasan Masalah

- a) Penelitian ini hanya membahas strategi dan inovasi perusahaan
- b) Penelitian ini tidak membahas tentang kinerja karyawan