

BAB I

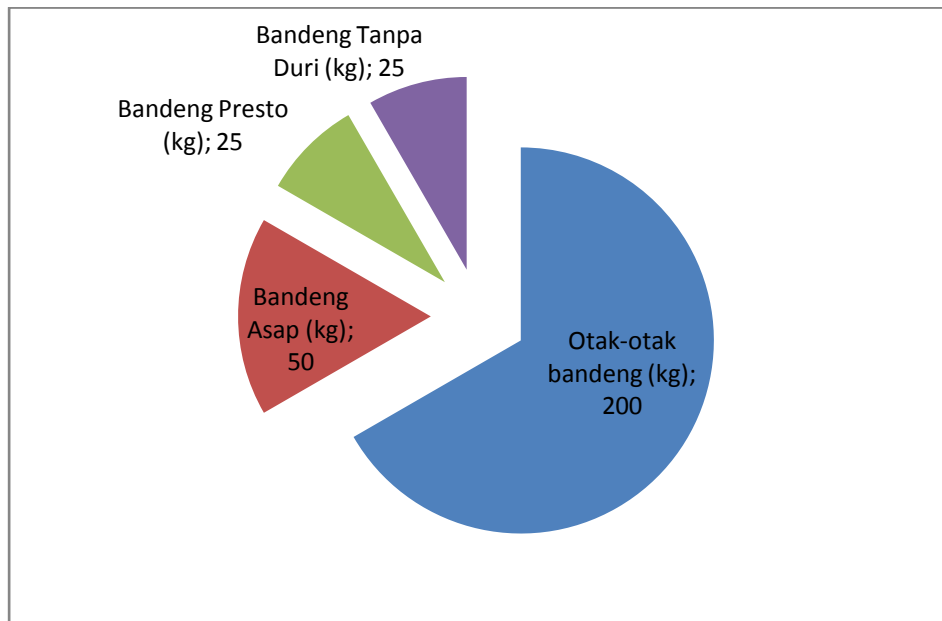
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Produk hasil pertanian yang memiliki nilai tambah lebih adalah ikan. Hal ini dikarenakan ikan dapat diterima berbagai kalangan masyarakat untuk dikonsumsi. Di Indonesia produksi ikan dapat diperoleh dari produksi hasil tangkap dan budidaya. Pada tahun 2014 produksi ikan tangkap mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pada tahun 2013 produksi perikanan tangkap sebesar 6.115.377 ton, kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2014 sebesar 6,2 juta ton. Dengan produksi perikanan tangkap di laut sebesar 5,8 juta dan perikanan tangkap di perairan umum sebesar 420 ribu ton. Sedangkan produksi ikan budidaya mencapai 13,3 juta ton di tahun 2013 yang mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya yaitu 9,7 juta ton. (Kelautan dan Perikanan Dalam Angka, 2014).

Salah satu ikan hasil budidaya yang memiliki produksi tinggi adalah Ikan Bandeng. Di Indonesia sentra produksi Ikan Bandeng tertinggi berada di Provinsi Jawa Timur dengan jumlah 138.626 ton di tahun 2013 (Direktorat Jendral Perikanan Budidaya, 2013). Dan salah satu kota penghasil Ikan Bandeng terbesar di Provinsi Jawa Timur adalah Gresik, dengan total produksi mencapai 39.912,0 ton di tahun 2013 (Laporan Statistik Perikanan Jawa Timur Tahun 2013).

Banyaknya hasil produksi Ikan Bandeng membuat produsen industri pengolahan harus mampu bersaing dengan berbagai industri pengolahan yang serupa untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Seperti yang dilakukan oleh salah satu industri pengolahan yang ada di Gresik yaitu Muzanah Store. Di Muzanah Store Ikan Bandeng diolah menjadi otak-otak bandeng, bandeng presto, bandeng asap dan bandeng tanpa duri. Dari berbagai produk olahan bandeng tersebut, produk olahan yang paling diminati konsumen adalah ikan Bandeng. Hal ini dapat ditunjukkan dari gambar 1.1 berikut :



Sumber : Muzanah Store

Gambar 1.1
Produksi Olahan Ikan Bandeng Di Muzanah Store

Agar industri tersebut mampu bersaing dengan industri lain, maka sebuah industri harus mampu mengolah manajemen perusahaan dengan baik supaya konsumen tidak pindah ke produsen yang lain. Hal inilah yang harus diterapkan oleh Muzanah Store, untuk mempertahankan konsumen. Karena Muzanah Store harus bersaing dengan beberapa industri pengolahan ikan bandeng lainnya yang berada di Gresik. Selain itu, minat konsumen yang dapat berubah terhadap penggunaan produk yang sama dalam jangka waktu yang panjang dapat menyebabkan kebosanan.

Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mempertahankan minat konsumen. Lingkungan internal dapat berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Sedangkan lingkungan eksternal dapat berupa peluang dan ancaman yang berasal dari luar perusahaan. Dengan adanya analisis lingkungan internal dan eksternal yang diterapkan oleh perusahaan, maka perusahaan dapat melakukan strategi yang tepat untuk mempertahankan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pemasaran di Muzanah Store Gresik ?
2. Bagaimana strategi pemasaran di Muzanah Store Gresik ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pemasaran di Muzanah Store Gresik
2. Mengetahui strategi pemasaran di Muzanah Store Gresik

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis :
Dapat menambah pengetahuan dan menerapkan secara nyata tentang teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.
2. Bagi perusahaan :
Dapat mengambil keputusan yang tepat sehubungan dengan peningkatan proses pemasaran di Muzanah Store.
3. Bagi pembaca :
Dapat menjadi sumber informasi terutama dibidang ekonomi terutama pada strategi pemasaran.