

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan kegiatan yang sangat dibutuhkan untuk memberikan layanan terbaik kepada konsumen. Kegiatan yang dilakukan dalam pemasaran yaitu metode produksi, distribusi, dan rencana yang mencakup komponen-komponen. Sebagai dari proses pengembangan strategi pemasaran, terdapat strategi pemasaran media sosial yang mendorong orang untuk berbelanja online, tetapi juga membantu mereka meningkatkan produk, harga, dan aspek lain dari bisnis mereka (Atikah, 2021).

Strategi pemasaran yang benar pada suatu produk akan memudahkan konsumen dalam membeli suatu produk. Perusahaan menerapkan dengan menggunakan berbagai metode dengan menyebarkan baliho dan brosur. Karena adanya pemasaran akan mempengaruhi perusahaan dalam keberhasilan dan kelancaran dalam mencapai tujuan (Permata *et al.*, 2019).

Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, dan Thearts*) merupakan analisis yang dimiliki dan dihadapi oleh perusahaan. Hal tersebut dapat membuat perusahaan dalam menjalankan operasionalnya dengan efektif dan efisien dalam bidang pemasaran. Teknik ini dapat menentukan strategi yang baik dan perlu diperhatikan dalam menjalankan strategi pemasaran tersebut (Luntungan & Tawas, 2019). Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats* terlibat dalam suatu proyek atau dalam bisnis usaha. Hal ini melibatkan penentuan tujuan usaha bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang baik dan menguntungkan untuk mencapai tujuan. Analisis SWOT memberikan suatu kerangka kerja yang dinamis dan berguna dalam merencanakan strategi pemasaran suatu produk. Analisis SWOT dapat digunakan untuk menentukan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan (Parulian Remus, 2015).

Keripik merupakan olahan makanan ringan yang banyak digemari oleh masyarakat dan saat dikonsumsi keripik mempunyai rasa yang gurih dan renyah. Ada banyak jenis keripik, antara lain keripik kentang, keripik tempe, keripik pisang, dan keripik gayam sukun. Keripik singkong adalah jenis keripik yang paling umum di

Indonesia. Ini dapat memiliki berbagai rasa, termasuk manis, asin, dan pedas. (Mataram *et al.*, 2020).

UD Nusa Indah yang bergerak dalam usaha cemilan dan pusat oleh-oleh Madura menjual produk seperti aneka rengginang, aneka sambel, aneka petis, terasi, aneka krupuk, aneka keripik, sari laut, kopi, jamu madura, jamu tradisional, kue kering, batik dan sovenir. Menurunnya penjualan pada produk keripik yang dijual ini mengalami penurunan dengan berkurangnya penghasilan yang didapat setiap bulannya yaitu berkisar 5-6 juta. Hal tersebut disebabkan masyarakat memilih mengurangi aktifitas di luar rumah dan mengakibatkan perekonomian menjadi menurun dan disebabkan adanya banyak pesaing seperti toko oleh-oleh dan toko-toko online lainnya. Setelah pandemi berakhir, penjualan keripik di UD Nusa Indah memperoleh penghasilan berkisar 20 - 25 juta perbulan. Hal ini disebabkan masyarakat lebih memilih belanja online dibandingkan dengan belanja langsung ke toko. Produk keripik yang dijual oleh UD Nusa Indah ini menggunakan *white label* karena UD Nusa Indah tidak perlu melakukan produksi hanya membeli barang jadi kemudian diberi label oleh UD Nusa Indah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi dalam pemasaran produk keripik pada UD Nusa Indah Kecamatan Bangkalan agar penjualannya semakin meningkat. Strategis pemasaran ini dapat mengurangi jumlah penurunan penjualan dan produksi. Dilakukan analisis untuk mengetahui adanya kondisi internal dan eksternal yang diukur oleh UD Nusa Indah dalam upaya pemasaran pada produk keripik yang dijual.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu menganalisis strategi untuk menghasilkan penjualan produk keripik dengan menggunakan metode SWOT. Penelitian ini meneliti 3 macam produk keripik yaitu keripik gayam, singkong dadu, singkong rujak. Alasan memilih 3 produk tersebut karena merupakan *icon* dari UD Nusa Indah sehingga penelitian ini dapat dilakukan dan akan dilaksanakan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah mengenai penelitian ini yaitu jenis strategi pemasaran apa yang paling tepat dalam meningkatkan penjualan produk keripik UD Nusa Indah ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui startegi dalam meningkatkan penjualan produk keripik UD Nusa Indah.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah dapat menambah ilmu pengetahuan serta bahan penelitian menggunakan strategi pemasaran dengan metode SWOT.