

## I. PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang

Agroindustri merupakan salah satu dari subsistem agribisnis yang melakukan pengolahan terhadap produk pertanian. Subsistem ini mempunyai peranan yang sangat besar dalam perekonomian masyarakat antara lain meningkatkan pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan pekerjaan, memberikan nilai tambah dari produk pertanian, meningkatkan devisa negara dan mampu mendorong munculnya industri lain.

Salah satu produk agroindustri yang berkembang dan layak untuk dilakukan salah satunya adalah mie. Mie merupakan makanan yang sangat digemari masyarakat baik dari kalangan bawah sampai kalangan atas. Mie sering dijadikan sebagai alternatif bahan pangan selain beras dan juga sebagai makanan tambahan (lauk). Hal ini disebabkan karena harga mie yang relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Mie juga mempunyai kandungan komposisi gizi yang cukup baik. (Lampiran 1)

Mie Musbar merupakan salah satu usaha agroindustri rumah tangga yang memproduksi mie basah di Pekanbaru. Usaha agroindustri ini dirintis dari tahun 1962 dan berkembang sampai sekarang. Perkembangan usaha ini mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun.

Berdasarkan hasil penelitian Simanjuntak, B (2005) pendapatan bersih yang diterima pengusaha Mie Musbar dari tahun 1999-2003 yaitu sebesar 18,3%; 19,9%; 20,2%; 20,9%; dan 20,6%. Hal ini menunjukkan bahwa usaha agroindustri ini mempunyai potensi yang layak untuk dikembangkan. Dilihat dari analisis

keuangannya, usaha agroindustri Mie Musbar memiliki nilai NPV sebesar Rp. 370.675.553,58 dengan *compounded factor* (CF) 12%, IRR sebesar 84,10% dengan CF 84% dimana tingkat bunga yang dibandingkan dengan IRR yang diperoleh menunjukkan nilai IRR lebih besar. Net B/C sebesar 2,88 dan rata-rata BEP selama lima tahun sebesar Rp. 78.752,05.

Melihat hasil penelitian di atas, bagaimana strategi yang dilakukan oleh perusahaan agroindustri Mie Musbar dalam memasarkan produknya supaya usaha yang dijalankannya dapat berkembang dengan keuntungan yang lebih besar, karena suksesnya suatu usaha sangat ditentukan oleh aspek pemasaran. Dengan melakukan identifikasi terhadap faktor internal yaitu keunggulan (*strenght*), kelemahan (*weakness*) serta faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) dari usaha yang digelutinya, pengusaha dapat mengambil tindakan atau keputusan yang terbaik untuk mengembangkan usahanya.

## 1.2. Perumusan Masalah

Agroindustri mie yang diproduksi oleh usaha industri rumah tangga Musbar sudah cukup terkenal di seluruh lapisan masyarakat di Pekanbaru. Usaha agroindustri ini mempunyai potensi yang layak untuk dikembangkan. Namun yang menjadi masalah atau hambatan yaitu adanya pesaing yang memproduksi mie yang sejenis dengan harga yang lebih murah sehingga bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha tersebut agar usaha agroindustri ini dapat terus berkembang dengan keuntungan yang lebih besar.

### 1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi aspek faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi dalam usaha Agroindustri Mie Musbar
2. Menyusun strategi pemasaran mie yang tepat bagi pengembangan usaha Agroindustri Mie Musbar dimasa yang akan datang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi bagi pengusaha mie didalam menyusun dan menetapkan strategi pemasaran serta bermanfaat bagi pihak-pihak lain yang berminat didalam berusaha agroindustri mie.