

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Zaman sekarang, produk olahan daging yang dibuat dengan teknik *restructured meat* menjadi salah satu produk yang digemari oleh konsumen mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Produk *restructured meat* telah berkembang pesat di pasaran sehingga bervariasi mulai dari jenis, bentuk dan rasa. Salah satu jenis produk *restructured meat* adalah *nugget*.

Nugget merupakan salah satu produk olahan daging yang dibuat dengan teknik *restructured meat*. *Restructured meat* adalah teknik pengolahan daging dengan memanfaatkan daging kualitas rendah atau memanfaatkan potongan daging yang relatif kecil atau tidak beraturan, kemudian melekatkan kembali menjadi ukuran yang lebih besar menjadi suatu produk olahan baru (Purnomo, 2000).

Pabrik pengolahan *nugget* udang akan didirikan di kawasan Margomulyo, Surabaya Barat dengan kapasitas produksi 515 kg produk/hari. Bahan baku pembuatan *nugget* di pasaran umumnya menggunakan ayam. Namun, sebagai upaya diversifikasi produk pangan digunakan bahan baku udang yang mempunyai nilai gizi cukup tinggi. Proses pembuatan *nugget udang* meliputi sortasi; pemotongan kepala, pengupasan dan pencucian; penimbangan; penggilingan; pencampuran; pencetakan; pengukusan; pendinginan; pemotongan, pelapisan; penggorengan; pengemasan; pembekuan dan penyimpanan.

Pemasaran merupakan salah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya. Keberhasilan

pemasaran *nugget* udang dapat ditinjau dari perusahaan, konsumen dan kompetitor.

Segmentasi pasar merupakan proses mengidentifikasi dan menganalisis pasar ke dalam segmen yang berbeda-beda, sehingga para pembeli memiliki tanggapan yang hampir sama dengan strategi pemasaran dalam penentuan posisi perusahaan. Penentuan target sasaran merupakan proses evaluasi dan pemilihan setiap segmen yang akan dilayani oleh perusahaan. Penentuan posisi merupakan kombinasi kegiatan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan setiap sasaran pasar.

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) akan membantu perusahaan untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan hambatan yang ditinjau baik dari segi perusahaan, kompetitor dan konsumen. Penggunaan analisis SWOT akan membantu perusahaan sebelum memasarkan produk *nugget* udang.

Produk *nugget* udang yang diproduksi oleh perusahaan, perlu dipasarkan. Pemasaran bertujuan agar perusahaan akan mendapatkan keuntungan dimana untuk menjaga kelangsungan perusahaan tersebut. Kualitas produk *nugget* udang yang baik tanpa didukung pemasaran yang baik tidak akan menguntungkan perusahaan. Oleh karena itu, dilakukan analisa pemasaran yang meliputi segmentasi; penentuan target; penentuan posisi; kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang dari perusahaan, kompetitor serta produk. Selain itu, mengklasifikasikan kegiatan pemasaran menurut produk, harga, tempat dan promosi.

1.2. Tujuan

Mengetahui potensi pemasaran *nugget* udang di Surabaya untuk perancangan pabrik *nugget* udang di kawasan Margomulyo.