

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan yang terjadi di dunia bisnis terutama di Indonesia saat ini sudah terbilang semakin maju. Di dunia bisnis pada saat ini berkembang sangat pesat khususnya dalam hal menghasilkan barang atau jasa maupun dalam segi peran pemasaran yang merupakan salah satu faktor penting sebagai penentu keberhasilan dalam kegiatan berbisnis. Bisnis yang terdapat pada suatu perusahaan harusnya lebih memahami mengenai pentingnya kegiatan pemasaran karena pemasaran berperan sangatlah penting dalam meningkatkan keberhasilan pada perusahaan tersebut. Saat ini juga semakin banyak perusahaan perusahaan baru yang berdiri dan oleh sebab itu semakin banyaknya juga pesaing yang muncul. Maka dari itu, suatu perusahaan haruslah dapat menerapkan strategi dengan baik terutama dalam segi pemasaran.

Menurut Herman Malau (2017), pengertian pemasaran merupakan kegiatan transaksi pertukaran nilai yang dimiliki oleh masing-masing pihak, misalnya pertukaran produk yang dimiliki oleh perusahaan terhadap uang yang dimiliki oleh pelanggan dengan produk yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Pisang merupakan komoditi yang menarik untuk dapat ditingkatkan dan dikembangkan produksinya. Komoditi ini dapat ditemukan di berbagai tempat dengan harga yang relatif murah dan variasi jenis yang beragam. Pisang merupakan tanaman yang memiliki multifungsi dan multikhasiat. Mulai dari buahnya yang dijadikan sebagai sumber makanan, daunnya yang digunakan sebagai pembungkus makan dan obat hingga batangnya yang digunakan sebagai kerajinan tangan dan sebagainya. Pisang mengandung gizi yang tinggi dan juga merupakan sumber karbohidrat, vitamin A, vitamin C dan juga mineral. Pisang memiliki potensi untuk dikembangkan

menjadi produk makanan bahkan camilan yang dapat menghasilkan omset yang cukup menjanjikan.

Pada era saat ini sangat banyak dan sedang jamannya para pengusaha membuka tempat tempat usaha seperti UMKM. *Home Industry* Buk Lis merupakan salah satu UMKM yang berada di Kota Mojokerto. UMKM ini berdiri sejak tahun 2017, berlokasi di Gang Gotong Royong No 4, Mergelo, Balongsari, Kecamatan Magersari, Kota Mojokerto. Beberapa produk yang diproduksi oleh UMKM ini yaitu Pisang Pasir, Banana Roll, Churros Bite, Cipeng kering dan Cipeng kuah, Lumpia Pisang, *Chicken Karage*. Untuk melihat mengenai keberhasilan pada suatu usaha dapat juga dilihat dari proses pemasaran dengan membandingkan harga yang dijual sehingga hal itu dapat menarik minat para konsumen agar nantinya dapat mengetahui strategi apa yang tepat untuk UMKM Pisang Pasir Buk Lis.

Home Industry Buk Lis memiliki keinginan dalam usaha produksi pisang pasir agar dapat terus berkembang dan berinovasi sehingga konsumen dapat tetap dan semakin menggemari produk pisang pasir. Menjadi usaha yang sangat berkualitas, dapat mempertahankan usahanya dan dapat bersaing dengan usaha makanan ringan lainnya. Pisang pasir merupakan olahan pangan dari pahan pisang yang telah diolah sedemikian rupa menjadi beberapa bagian dan disajikan dengan topping berbagai varian rasa. Adanya pengambilan judul strategi pemasaran dengan memfokuskan salah satu produk yaitu pisang pasir dikarenakan pada produk pisang pasir terdapat beberapa usaha dengan produk yang sejenis dan hal tersebut dapat membuat UMKM Pisang Pasir sedikit khawatir dan harus meningkatkan kualitas produknya untuk menarik perhatian konsumen

Sehubungan dengan permasalahan ini, maka perlu adanya penyelesaian dengan cara merumuskan strategi yang tepat untuk diterapkan oleh *Home Industry* Buk Lis. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix*

(QSPM). Metode SWOT digunakan untuk mengevaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan pada lingkungan pemasaran, dapat membantu menetapkan prioritas mana yang didahulukan serta tanpa adanya metode SWOT kita dapat mengetahui potensi pasar, minat konsumen dan peluang pasar. Sedangkan QSPM merupakan satu satunya teknik analisis untuk menetapkan daya tarik dan pilihan alternatif terhadap produk. Pada penelitian ini, setelah melakukan perumusan strategi kemudian akan dilakukan pemilihan strategi yang tepat terhadap perusahaan dengan menggunakan QSPM.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, antara lain :

1. Apakah yang menjadi faktor internal dan eksternal pada strategi pemasaran pisang pasir pada *Home Industry* Buk Lis?
2. Strategi apakah yang sesuai untuk diterapkan dalam strategi pemasaran pisang pasir pada *Home Industry* Buk Lis?
3. Strategi apakah yang menjadi prioritas dari beberapa strategi pemasaran alternatif pisang pasir pada *Home Industry* Buk Lis?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan penelitian ini yakni :

1. Menganalisis faktor internal dan eksternal pada strategi pemasaran pisang pasir pada *Home Industry* Buk Lis.
2. Menentukan dan menganalisis strategi yang sesuai dalam strategi pemasaran pisang pasir pada *Home Industry* Buk Lis.
3. Menentukan dan menjelaskan strategi yang menjadi prioritas dari beberapa strategi pemasaran alternatif pisang pasir pada *Home Industry* Buk Lis.

1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini, antara lain :

1. Bagi UMKM, hasil dari penelitian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan khususnya pada permasalahan pemasaran pisang pasir.
2. Bagi Peneliti, hasil dari penelitian dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian strategi pemasaran khususnya pada bidang usaha produksi makanan pisang.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, hasil dari penelitian dapat berguna dan bermanfaat bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama sehingga dapat memberikan perbandingan penelitian selanjutnya.