

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan negara kepulauan dengan wilayah yang luas dan diberkahi dengan kekayaan alam yang tak terhingga. Indonesia dari keindahan alam untuk pariwisata hingga kekayaan alam yang dapat dihasilkan dari sumber energi sendiri, salah satunya berasal dari sektor pertanian. Indonesia sebagai negara agraris bertumpu pada sektor pertanian, berupa tanaman padi. Sejumlah daerah memiliki lumbung-lumbung padi yang melimpah seperti halnya di daerah provinsi Jawa Timur. Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2022 beberapa kabupaten/kota di Jawa Timur sebagai produksi padi nasional terbesar yaitu Kabupaten Ngawi, Kabupaten Lamongan, Kabupaten Bojonegoro, dan Kabupaten Jember, sehingga menyebabkan produksi beras setiap tahunnya juga melimpah. Berkembangnya sektor pertanian ini yang semakin hari semakin besar, hal ini memberikan dampak positif juga.

Menurut Astawan (2004), beras adalah gabah yang bagian kulitnya sudah dibuang dengan cara digiling dan disosoh menggunakan alat pengupas dan penggiling serta alat penyosoh. Beras adalah biji-bijian baik berkulit, tidak berkulit, diolah atau tidak diolah yang berasal dari *Oriza sativa*. Pada definisi ini beras mencakup gabah, beras giling, dan beras pecah kulit. Sedangkan definisi umum, beras merupakan bagian bulir padi (gabah) yang telah dipisah dari sekam dan dedak atau bekatul. Beras merupakan makanan pokok bagi masyarakat Indonesia atau sebagian besar rakyat Indonesia. Seiring bertambahnya jumlah penduduk dan tingkat pendidikan di Indonesia, demikian pula permintaan akan beras berkualitas semakin tinggi. Hal ini mendorong persaingan perusahaan beras sangat kompetitif. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus memiliki strategi untuk menghadapi persaingan pasar.

Perusahaan pada dasarnya didirikan untuk mencapai suatu tujuan. Tujuannya adalah untuk memperoleh keuntungan yang optimal agar perusahaan dapat hidup dan tumbuh berkembang. Perusahaan oleh sebab itu untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin agar produk yang dihasilkan sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen.

Beras merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia, sehingga perusahaan beras mempunyai prospek yang baik untuk kedepannya. Berdasarkan data produksi beras pada perusahaan UD. Surya Perkasa dari tahun 2019 hingga tahun 2022. Perusahaan UD. Surya Perkasa mengalami peningkatan dalam produksinya, dimana produksi beras tahun 2019 mencapai 310 ton, tahun 2020 mencapai 325 ton, tahun 2021 tahun 378 ton dan tahun 2022 mencapai 410 ton. Produksi beras pada perusahaan UD. Surya Perkasa pada tahun 2019 hingga 2022 mengalami peningkatan hingga 32%.

Perusahaan beras banyak berdiri di Kabupaten Jember salah satunya yaitu UD. Surya Perkasa yang beralamat di RT 09/RW 02 Desa Kemuningsari Kidul Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember. UD. Surya Perkasa merupakan perusahaan yang bergerak dalam pengolahan makanan pokok masyarakat yaitu beras. UD. Surya Perkasa berdiri sejak tahun 2013 hingga saat ini. Visi perusahaan yaitu menjadi produsen yang mampu memenuhi kebutuhan pangan nasional. Misi perusahaan yaitu meningkatkan kualitas dan kuantitas produk, meningkatkan kreativitas, dan membangun perusahaan yang mampu memberikan nilai tambah bagi pemilik dan para karyawan. UD. Surya Perkasa dalam usahanya memproduksi beras sehari rata-rata sebanyak 2,5-3 ton beras. Penjualan beras di jual melalui pengepul beras maupun toko-toko yang ada di daerah Jember. Namun untuk perusahaan UD. Surya Perkasa yang berdiri selama kurang lebih 10 tahun. Perusahaan UD. Surya Perkasa ini belum menunjukkan perkembangan yang signifikan, hal ini dapat dilihat dari keterbatasan wilayah pemasaran yaitu hanya menjual produk beras di daerah Kabupaten Jember, seperti Toko Kuning Kecamatan Wuluhan, Toko Ramai Jaya Kecamatan Rambipuji, Pasar Jenggawah, Pasar Balung, Pasar Ambulu dan toko-toko yang berada disekitar wilayah perusahaan UD. Surya Perkasa. Serta media promosi yang dilakukan oleh

perusahaan UD. Surya Perkasa sangat sederhana yaitu dengan promosi mulut ke mulut yang menyebabkan perusahaan UD. Surya Perkasa kesulitan dalam memperoleh pelanggan baru dan merk produk beras UD. Surya Perkasa yaitu Bintang Langit tidak begitu dikenal oleh masyarakat luas khususnya di wilayah Kabupaten Jember. Selain itu keberadaan pesaing baik dari skala perusahaan besar maupun industri kecil yang menghasilkan produk sejenis serta keberadaan pesaing baru yang memasarkan produknya di wilayah Kabupaten Jember juga dapat mempengaruhi penjualan beras UD. Surya Perkasa.

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan pada perusahaan UD. Surya Perkasa menjadi dasar pertimbangan peneliti untuk menganalisa strategi pemasaran yang tepat agar dapat terus meningkatkan penjualan beras serta mampu bertahan dan terus mengembangkan usahanya. Alat yang digunakan dalam penentuan formulasi yang tepat dalam menentukan strategi pemasaran UD. Surya Perkasa adalah analisis SWOT. Dengan menganalisa aspek-aspek strategi pada faktor internal dan eksternal UD. Surya Perkasa, maka dapat dievaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*) sebagai dasar pengambilan keputusan untuk merumuskan dan menetapkan strategi pemasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Selanjutnya di lanjutkan menggunakan metode QSPM untuk menetapkan prioritas strategi yang tepat dalam pemasaran sebuah perusahaan. Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan maka perlu dilakukan strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan penjualan beras pada UD. Surya Perkasa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang, dapat dirumuskan permasalahan dalam proses penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dalam strategi pemasaran beras pada UD. Surya Perkasa Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember?

2. Alternatif strategi apa saja yang dapat diterapkan dalam strategi pemasaran beras pada UD. Surya Perkasa Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember?
3. Bagaimana prioritas strategi dalam strategi pemasaran beras pada UD. Surya Perkasa Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian

adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dalam strategi pemasaran beras pada UD. Surya Perkasa Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember.
2. Menganalisis dan merumuskan alternatif strategi pemasaran beras pada UD. Surya Perkasa Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember.
3. Merumuskan dan menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam strategi pemasaran beras pada UD. Surya Perkasa Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah, maka hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Pembaca

Dapat dijadikan sebagai referensi, khususnya bagi peneliti selanjutnya yang berminat mendalami lebih lanjut tentang strategi pemasaran beras.

2. Bagi Perusahaan.

Sebagai dasar pertimbangan bagi pemilik usaha dalam pengambilan keputusan manajemen perusahaan yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

3. Bagi Peneliti

Dapat memperluas pengetahuan dan menambah wawasan peneliti khususnya pada strategi pemasaran beras.