

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki banyak kekayaan alam serta lahan pertanian yang luas. Lahan pertanian di Indonesia cocok ditanami segala jenis tanaman sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara agraris. Terdapat beberapa jenis lahan pertanian di Indonesia, seperti sawah yang ditanami padi dan menjadi makanan pokok masyarakat Indonesia; lahan tegalan yang dapat ditanami jagung, kedelai maupun ubi-ubian; serta lahan perkebunan yang dapat ditanami kelapa sawit (Nugraha, 2011).

Komoditas pertanian di Indonesia berbagai macam jenisnya, salah satunya adalah ubi kayu (singkong), selain itu tanaman ubi kayu (singkong) sudah banyak tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik Tahun 2020, produksi ubi kayu (singkong) di Provinsi Jawa Timur memiliki produksi ubi kayu terbesar ke tiga sesudah Lampung dengan hasil produksi sebesar 6.649.709 ton, Jawa Tengah dengan hasil produksi sebesar 3.328.390 ton dan Jawa Timur dengan hasil produksi sebesar 2.005.979 ton. Salah satu yang mempunyai produksi ubi kayu (singkong) yang besar yaitu Kabupaten Banyuwangi.

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki banyak unit usaha industri pengolahan tanaman pangan. Salah satu komoditas tanaman pangan yang banyak dikembangkan di Kabupaten Banyuwangi yaitu ubi kayu (singkong). Berdasarkan Data Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Banyuwangi Tahun 2018, diketahui bahwa luas panen dan produksi ubi kayu (singkong) di Kabupaten Banyuwangi dari tahun 2016 - 2018 cenderung meningkat. Pada tahun 2016 luas lahan 1.370 Ha dan produksi 26.570 ton, pada tahun 2017 luas lahan 1.211 Ha dan produksi 26.920 ton, pada tahun 2018 seluas 1249 Ha dan produksi sebanyak 27.762 ton. Data tersebut juga menunjukkan bahwa produksi ubi kayu (singkong) yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini

tentu juga perlu diimbangi dengan peningkatan pengolahan singkong. Singkong dapat juga digunakan menjadi berbagai macam produk olahan dengan nilai tambah, salah satunya suwar-suwir.

Usaha dagang (UD) Tunas Jaya merupakan industri pangan yang memproduksi suwar-suwir di Kabupaten Banyuwangi. Pemilik usaha yaitu Bapak Ade Winarko, UD. Tunas Jaya berdiri sejak tahun 2014, berada di Desa Yosomulyo Kecamatan Gambiran Kabupaten Banyuwangi. UD. Tunas Jaya memiliki 3 produk yaitu teng-teng jahe, permen asem, dan suwar-suwir. Produksi suwar-suwir dilakukan dalam 1 kali seminggu. Proses pembuatan suwar-suwir dalam sekali produksi bisa menghabiskan bahan kurang lebih 60kg gula pasir dan 40kg tape yang menghasilkan 80kg suwar-suwir.

Suwar suwir merupakan produk yang mempunyai rasa dan aroma yang khas. UD. Tunas Jaya memproduksi suwar-suwir dengan 3 varian rasa yaitu rasa original, rasa melon, dan rasa strawberi. Varian warna suwar-suwir yaitu warna polos (rasa original) dan lapis berdiri (kombinasi warna). Kemasan suwar-suwir UD. Tunas Jaya ada 3 varian yaitu kemasan 1.000 gram, kemasan 700 gram dan kemasan 500 gram. Namun kemasan juga dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen. Harga jual suwar-suwir dengan penjualan kemasan yaitu kemasan 500gram Rp. 20.000/bungkus, kemasan 700 gram Rp. 22.000/bungkus, kemasan 1.000 gram Rp. 30.000/bungkus.

Permasalahan yang dihadapi UD. Tunas Jaya yaitu penjualan yang masih tergolong rendah dan belum stabil karena kemasan tidak menarik, lokasi kurang strategis dan promosi yang masih rendah yaitu hanya dari mulut ke mulut, serta belum menggunakan media *online* sebagai promosi untuk memperkenalkan produk. Metode penjualan masih mengandalkan outlet-outlet pusat oleh-oleh dan toko-toko kelontong sehingga belum banyak dikenal oleh masyarakat. Disamping itu, permasalahan lain yang dihadapi UD. Tunas Jaya adalah manajemen perusahaan yang belum terstruktur dikarenakan SDM yang masih rendah sehingga pencatatan dan pembukuan keuangan perusahaan tidak ada. Selain itu produksi UD. Tunas Jaya yang tidak maksimal disebabkan beberapa faktor seperti alat produksi yang masih manual dan tempat produksi yang terbatas.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka UD. Tunas Jaya perlu melakukan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Strategi yang dapat digunakan yaitu dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) untuk mendapatkan alternatif strategi serta menggunakan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) untuk menentukan strategi prioritas yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan produk suwar-suwir UD. Tunas Jaya.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian pada UD. Tunas Jaya dengan judul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK SUWAR-SUWIR UD. TUNAS JAYA DI KABUPATEN BANYUWANGI”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam Strategi Pemasaran Produk Suwar-suwir UD. Tunas Jaya di Kabupaten Banyuwangi?
2. Alternatif apa saja yang dapat di rekomendasikan dalam Strategi Pemasaran Produk Suwar-suwir UD. Tunas Jaya di Kabupaten Banyuwangi?
3. Manakah strategi prioritas yang dapat diterapkan dalam Strategi Pemasaran Produk Suwar-suwir UD. Tunas Jaya di Kabupaten Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam Strategi Pemasaran Produk Suwar-suwir pada UD. Tunas Jaya di Kabupaten Banyuwangi.
2. Menganalisis dan merumuskan alternatif strategi Pemasaran Produk Suwar-suwir pada UD. Tunas Jaya di Kabupaten Banyuwangi.
3. Menganalisis dan menentukan strategi prioritas yang tepat untuk digunakan dalam strategi pemasaran produk suwar-suwir pada UD. Tunas Jaya di Kabupaten Banyuwangi.

1.4 Manfaat

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang dikemukakan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan mafaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini semoga dapat memberikan kontribusi yang baik bagi perusahaan untuk memperluas pangsa pasar, peningkatan penjualan dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan strategi pemasaran.
2. Bagi Peneliti
Penelitian ini bermanfaat dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai mengidentifikasi masalah, menganalisis strategi pemasaran serta menentukan solusi yang tepat bagi perusahaan tersebut.
3. Bagi Akademisi
Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan referensi dan bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran.