

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Potensi perikanan di Indonesia sangat melimpah. Mengingat sebagian besar wilayah Indonesia adalah perairan. Tidak heran jika masyarakat Indonesia banyak yang bekerja disektor perikanan. Kementerian Kelautan dan Perikanan melaporkan, jumlah produksi ikan pada kuartal I-III tahun 2022 sebanyak 17,76 ton (Data Indonesia, 2022). Selain memiliki laut yang luas beserta hasil tangkapan laut yang melimpah, Indonesia juga memiliki hasil perikanan air tawar. Kebanyakan hasil perikanan air tawar ini dari sungai dan kolam buatan. Banyak jenis ikan tawar di Indonesia seperti ikan nila, ikan lele, ikan gabus, ikan gurami, dll. Melimpahnya hasil perikanan baik hasil laut maupun air tawar, menjadikan suatu peluang usaha yang cukup menjanjikan. Gebrakan pemerintah mengadakan Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (GEMARIKAN) membuat konsumsi makan ikan semakin meningkat mengimbangi hasil perikanan yang melimpah.

Ikan lele salah satu ikan tawar yang paling potensial untuk dibudidayakan di Indonesia. Budidaya ikan lele tergolong mudah, sehingga ikan lele sering dijumpai disekitar kita. Menurut Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) mencatat bahwa total hasil panen lele di Indonesia mencapai 1,06 juta ton dengan nilai Rp18,93 triliun pada tahun 2021. Menurut Dinas Perikanan Kabupaten Trenggalek, hasil produksi ikan lele di Kabupaten Trenggalek dalam data produksi budidaya kolam sebesar 3402,22 ton dan dalam produksi budidaya perairan umum sebesar 6.09 ton pada tahun 2022 (BPS, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Trenggalek membudidayakan lele dalam bentuk kolam.

Pada era sekarang ini, masyarakat tidak asing dengan camilan atau makanan kering. Salah satu makanan ringan yang sangat digemari masyarakat adalah kerupuk. Kerupuk merupakan salah satu makanan ringan yang kering, gurih dan renyah yang bisa digunakan sebagai cemilan maupun lauk. Kerupuk ini sangat

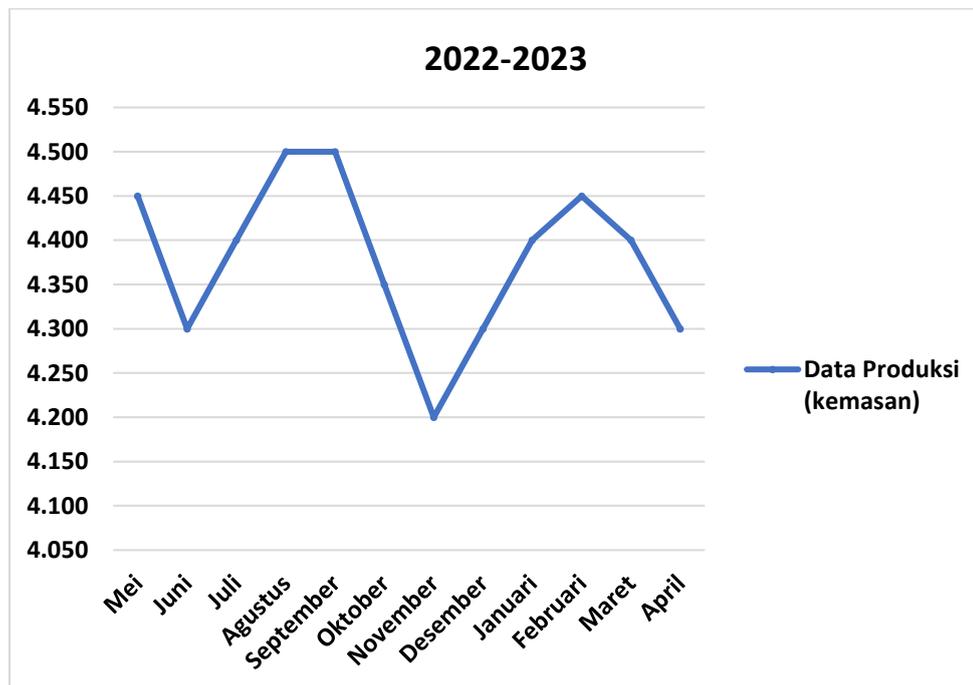
digemari oleh masyarakat Indonesia diberbagai usia. Baik anak-anak hingga orang tua. Kerupuk berbahan dasar tepung tapioka ini minim kandungan gizi. Seiring berkembangnya teknologi dan pengetahuan, kerupuk mulai dikembangkan dengan menambahkan bahan yang mengandung nilai gizi seperti menambahkan ikan sebagai tambahan gizi. Selain menambah kandungan gizi, ikan juga memberikan tambahan aroma serta sensasi baru dalam makan ikan dalam bentuk kerupuk. Biasanya ikan yang digunakan untuk kerupuk adalah hasil olahan laut seperti ikan tongkol., teri, tuna. Namun, pada penelitian ini menggunakan ikan tawar yaitu ikan lele sebagai bahan untuk tambahan gizi pada kerupuk.

Abi Culinary adalah usaha yang berdiri di tahun 2017 yang beralamatkan di Desa Dusun Jarakan RT 23 RW 05, Desa Karangsoke, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek. Produksi kerupuk kalsium di Abi Culinary ini dimulai dari pencampuran bahan baku, pemasakan, pengepresan, pencetakan, penjemuran, penggorengan hingga pengemasan produk. Abi Culinary ini memanfaatkan semua bagian ikan lele. Selain daging ikan lele digunakan untuk bahan baku pembuatan abon ikan lele, tulang ikan lele pun dimanfaatkan sebagai bahan tambahan pembuatan kerupuk kalsium. Usaha milik bapak Dedi Arifiyanto ini meski masih berbentuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), namun usaha ini setiap hari melakukan produksi. Usaha ini sudah terdaftar Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) serta sudah memiliki legalitas seperti Sertifikat Kelayakan Pengolahan (SKP), Nomor Kontrol Veteriner (NKV), dan sudah dipastikan halal. Untuk legalitas Standart Nasional Indonesia (SNI) hanya didaftarkan pada produk abonnya saja. Legalitas yang telah didapat diharapkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk Abi Culinary.

Saat melakukan observasi di tempat usaha milik Bapak Dedi ini, usaha kerupuk kalsium yang dijalankan beliau memiliki beberapa permasalahan. Permasalahan tersebut terdiri dari produksi, bahan baku, hingga pemasaran. Permasalahan pada produksi dikarenakan saat ini proses pengolahan masih dilakukan semi tradisional. Hanya alat untuk peniris minyaknya saja yang menggunakan mesin. Permasalahan pada bahan baku terjadi pada bahan baku utama yang menggunakan ikan lele berukuran minimal 3kg dengan kebutuhan

minimal 2kwintal untuk satu bulan. Saat ini Bapak Dedi masih berpindah-pindah pemasok bahan yang cocok. Meski bahan baku kerupuk kalsium ini menggunakan tulang ikan lele, Bapak Dedi memiliki standar tersendiri terkait bahan baku yang digunakan agar produk yang dihasilkan berkualitas terjamin dari hulu hingga hilirnya dikarenakan daging pada lele akan diolah menjadi abon ikan lele. Bahan baku kedua yang menjadi masalah adalah minyak goreng. Kenaikan harga minyak goreng yang menjadi kendala untuk keuntungan penjualan kerupuk kalsium ini. Permasalahan pada pemasaran produk Abi Culinary ini dikarenakan masih belum memiliki outlet dan belum memaksimalkan pemasaran secara online dan offline di Kabupaten Trenggalek. Distribusi produk kerupuk kalsium ini masih mengandalkan *reseller* luar kota dan penitipan pada beberapa toko besar di Jawa Timur untuk bisa memasarkan produknya. Usaha kerupuk kalsium ini rata-rata perbulan 4.500 kemasan untuk ukuran 33gram dan dijual dengan harga Rp 10.000,- per kemasan. Kerupuk kalsium ini masih tersedia varian original saja. Setelah mengetahui permasalahan yang ada di Abi Culinary ini, permasalahan yang harus segera diatasi adalah masalah pemasarannya terutama pada wilayah dalam kota sendiri.

Abi Culinary sebenarnya memiliki peluang untuk mengembangkan usahanya terutama dalam pemasarannya. Kerupuk kalsium ini cocok sebagai pendamping Makanan Pendamping Asi (MPASI) untuk balita diatas 1tahun. Selain itu target pasar kerupuk ini sampai lansia dan dari berbagai kelompok ekonomi. Dalam periode bulan Mei 2022 hingga April 2023, produksi kerupuk kalsium ini mengalami peningkatan dan penurunan jumlah penjualan kerupuk kalsium setiap bulannya. Penjualan rata-rata 4.400 kemasan tiap bulannya.



Gambar 1. 1 Data Permintaan Kerupuk Kalsium Abi Culinary  
 Sumber: Data Sekunder Abi Culinary

Abi Culinary yang telah berdiri selama kurang lebih 7 tahun ini banyak mengalami banyak perubahan dalam perjalanan menekuni usahanya. Berdasarkan hasil uraian masalah diatas yang dapat menjadi dasar pertimbangan peneliti untuk menganalisis lebih lanjut terkait dengan strategi pemasaran yang digunakan Abi Culinary untuk mempertahankan usahanya ditengah perkembangan zaman ini. Dalam penelitian ini, alat analisis yang digunakan untuk menyusun strategi yang tepat bagi usaha ini adalah *Strenght, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT) untuk merumuskan alternatif strategi pemasarannya dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menetapkan prioritas strategi alternatif yang dapat dilaksanakan dengan obyektif dalam pemasaran usaha ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha kerupuk kalsium pada Abi Culinary, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek?
2. Strategi apa saja yang dapat diterapkan dalam pemasaran kerupuk kalsium pada Abi Culinary, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek?
3. Strategi apakah yang menjadi prioritas pemasaran kerupuk kalsium pada Abi Culinary, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek?

## **1.3 Tujuan**

1. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha kerupuk kalsium pada Abi Culinary, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek.
2. Menentukan strategi apa saja yang dapat diterapkan dalam pemasaran kerupuk kalsium pada Abi Culinary, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek.
3. Menentukan strategi alternatif yang menjadi prioritas untuk pemasaran kerupuk kalsium pada Abi Culinary, Kecamatan Trenggalek, Kabupaten Trenggalek.

## **1.4 Manfaat**

1. Bagi Peneliti :

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti, juga sebagai pengaplikasian ilmu yang telah didapat selama studi D4 di Politeknik Negeri Jember.

2. Bagi Abi Culinary :

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai masukan bagi perusahaan sehingga dapat memasarkan produknya secara lebih lanjut seperti yang diharapkan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya :

Penelitian dapat bermanfaat sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai strategi untuk memasarkan produk hasil produksi suatu usaha.