BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan ringan di Indonesia telah berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen akan produk-produk yang praktis dan lezat (BPS Kabupaten Jember, 2023). Peningkatan industri makanan ringan yaitu pada Kuartal I/2023 Industri makanan dan minuman tumbuh 5,33% secara tahunan, menjadi yang terbesar keempat di antara subsektor industri pengolahan lainnya. Kuartal II/2023 Industri makanan dan minuman tumbuh 4,62%, meski melambat dibandingkan kuartal sebelumnya. Kuartal III/2023 pertumbuhan industri makanan menurun menjadi 4,39% dari tahun sebelumnya, lebih rendah dibandingkan periode sebelumnya yang mencapai 4,9%. Tahun 2021 Industri makanan dan minuman mengalami peningkatan sebesar 2,54 persen, menjadi Rp775,1 triliun, dengan kontribusi sebesar 38,05 persen terhadap industri pengolahan nonmigas dan 6,61 persen terhadap PDB nasional. Tahun 2021 rata-rata tiap orang di Indonesia mengkonsumsi 4,6 kg makanan ringan, meningkat 5% dari tahun 2020. Dalam beberapa tahun terakhir, industri makanan ringan di Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan, terutama dalam kuartal I/2023. Meski pertumbuhan menurun pada kuartal III/2023, industri ini tetap menjadi salah satu sektor yang tumbuh tercepat di industri pengolahan. Peningkatan konsumsi makanan ringan juga terus meningkat, dengan rata-rata konsumsi per orang meningkat 5% dari tahun 2020 ke 2021 (Badan Pusat Statistika, 2023).

Berdasarkan Badan Pusat Statistika Kabupaten Jember (2023) menginformasikan bahwa Kabupaten Jember merupakan salah satu daerah penghasil keripik singkong, pada tahun 2020 hasil produksi singkong mencapai 2.453 ton dari total luas lahan sebesar 87 Ha. Pengolahan menjadi produk turunan yang bernilai tambah salah satunya keripik. Usaha keripik singkong juga

mudah untuk dijalankan pebisnis dan proses pembuatannya pun sangat mudah sehingga usaha ini dijalankan mulai dari skala kecil seperti usaha rumahan. Industri produksi keripik singkong merupakan salah satu bidang usaha yang paling banyak digeluti oleh para pelaku di Kabupaten Jember seperti UD Sinar Dunia, UD Putra Group, Gunung Sari, UD Tiga Putra, UD Bintang, KUB Jaya Gemilang yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Keripik singkong merupakan salah satu camilan yang paling banyak disukai oleh masyarakat dan dalam proses pembuatannya juga tidak terlalu sulit. Besarnya minat masyarakat pada produk keripik singkong merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan.

Ada beberapa usaha keripik singkong di Kabupaten Jember salah satunya usaha keripik singkong milik Bapak Sutikno ini. Berdasarkan observasi yang dilakukan, usaha keripik singkong ini sudah berdiri sejak 2016, lokasinya berada di Desa Seputih, RT 01 RW 11 Kec. Mayang, Kab. Jember. UD Purnama Jaya memiliki produk lain selain keripik singkong yaitu ada kacang oven juga. Minat konsumen terhadap kacang oven juga tidak kalah tinggi, dalam seminggu kacang oven yang diproduksi mencapai 1 ton. Kegiatan produksinya dilakukan dirumah dengan mempekerjakan 4 karyawan tetap dan karyawan tidak tetap, namun tetap saja keripik singkong sebagai produk andalan pada UD Purnama Jaya. Usaha keripik singkong UD Purnama Jaya ini mampu memproduksi 200 kilogram singkong mentah menjadi 60 kilogram keripik singkong menghasilkan 300 kemasan per dua harinya dan dalam seminggu menghasilkan 900 kemasan keripik singkong. UD Purnama Jaya melakukan pemasaran produk dengan menitipkan ke warung-warung kecil dan toko swalayan namun belum melakukan pemasaran lewat penjualan online. Keripik singkong ini dikemas dengan kemasan plastik. Harga dari keripik singkong ini mulai dari harga Rp.5000 dengan berat 150 gram, harga Rp.7000 dengan berat 200 gram, dan dijual per kilogramnya dengan harga Rp.30.000.

Produksi keripik singkong menunjukkan peningkatan dan penurunan dalam jumlah penjualan setiap bulannya mulai dari Januari 2023 sampai Desember 2023. Pada bulan Januari diketahui permintaan pembelian keripik singkong sebanyak 2000 kemasan, Februari; 2570 kemasan, Maret; 2900 kemasan,

April; 3100 kemasan, Mei; 3000 kemasan, Juni; 3050 Kemasan, Juli; 3255 kemasan, Agustus; 2400 kemasan, September; 2900 kemasan, Oktober; 3100 kemasan, November; 3215 kemasan dan Desember; 3180 kemasan. Fluktuasi Penjualan keripik singkong pada UD Purnama Jaya disebabkan karena adanya persaingan pasar dengan usaha serupa, perubahan harga bahan baku, dan perubahan tren preferensi konsumen. Usaha keripik singkong UD. Purnama Jaya memiliki potensi yang besar untuk di kembangkan. Usaha keripik singkong UD. Purnama Jaya memiliki kelebihan yang menjadikan usaha ini berbeda dengan usaha lain yaitu tidak memakai pewarna, perasa yang mengandung bahan berbahaya dan pengawet. Dari observasi yang dilakukan permasalahan yang dihadapi yaitu memiliki beberapa pesaing yang sama-sama berada di Kabupaten Jember yaitu UD Sinar Dunia, UD Putra Group, Gunung Sari, UD Tiga Putra, UD Bintang, KUB Jaya Gemilang serta kurangnya pemanfaatan teknologi sebagai media promosi dan pemasaran yang dilakukan hanya melalui *word of mouth* saja atau hanya dari mulut ke mulut, pemasaran produk hanya sekitar daerah Mayang saja belum menembus Jember Kota. Dengan strategi pemasaran yang benar perusahaan ini bisa lebih mudah mengenal dan menemukan sasaran pasar, menetapkan harga yang kompetitif, memilih tempat penyaluran yang sesuai dan melakukan promosi yang berhasil.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada usaha Keripik Singkong UD Purnama Jaya untuk menganalisis apa saja faktor Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan Ancaman (*Threat*) dari tempat usaha, kemudian menggunakan Matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) yang bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran UD. Purnama Jaya dan dapat membantu dalam menentukan prioritas strategi yang harus diambil. QSPM dapat digunakan untuk mengembangkan strategi yang terstruktur dan terukur berdasarkan evaluasi yang kuantitatif. QSPM membantu dalam memilih strategi yang paling sesuai dengan kondisi perusahaan dan pasar, sehingga dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan kinerja bisnis secara keseluruhan.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun pokok permasalahan yang muncul berdasarkan latar belakang sebagai berikut:

1. Apa saja kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*) peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi oleh UD Purnama Jaya dalam memasarkan keripik singkong?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang efektif dapat dirumuskan untuk UD Purnama Jaya?
3. Bagaimana prioritas strategi pemasaran yang tepat untuk UD Purnama Jaya dapat ditentukan menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka didapatkan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan, kelemahan, dan ancaman yang dihadapi oleh UD. Purnama Jaya dalam memasarkan keripik singkong menggunakan analisis SWOT.
2. Merumuskan strategi pemasaran yang efektif berdasarkan dari hasil analisis SWOT.
3. Menentukan prioritas strategi pemasaran yang paling tepat untuk diterapkan oleh UD. Purnama Jaya menggunakan QSPM.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini melatih kemampuan analisis dan kritis dalam mengidentifikasi, mengevaluasi, dan merumuskan strategi pemasaran yang efektif berdasarkan data dan informasi yang ada dan menambah dan memperoleh pengetahuan tentang

strategi pemasaran, analisis SWOT, dan QSPM.

2. Bagi Perusahaan (UD Purnama Jaya)

Hasil penelitian ini dapat membantu pemilik usaha untuk mengembangkan usahanya dengan strategi pemasaran yang lebih efektif, dengan strategi pemasaran yang lebih terarah dan prioritas yang jelas, dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional, yang berpotensi meningkatkan volume penjualan.

3. Manfaat Penelitian Bagi Kampus

Penelitian ini menambah koleksi karya ilmiah di kampus, yang dapat menjadi referensi bagi dosen dan mahasiswa lainnya dalam melakukan penelitian yang serupa.