

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris dengan sebagian besar penduduk bekerja di sektor pertanian. Di Indonesia pertanian nasional dalam hal ini perkembangan sektor pertanian perlu mendapatkan perhatian serius dalam rangka perkembangan ekonomi nasional (Partowijoto, 2003). Terutama dibidang Sejumlah daerah memiliki lumbung-lumbung padi yang melimpah seperti halnya di daerah provinsi Jawa Timur. Para petani lebih banyak produksi padi dibandingkan palawija. Diketahui bahwa penyesuaian dari kondisi geografis dan kondisi tanaman lebih diperuntukkan untuk pertanian padi. Sehingga, penyangga pangan nasional menunjang pembangunan pertanian ada pada komoditasi padi. Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2024 produksi padi Indonesia mencapai 53,14 juta ton gabah kering giling (GKG), menurut BPS. Luas panen padi pada tahun yang sama tercatat sekitar 10,05 juta hektare.

Pertanian di bidang pangan khususnya padi di Indonesia dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat Indonesia yang sebagian besar mengonsumsi nasi sebagai makanan pokok. Selain itu usaha di sektor pertanian bahan pangan bisa dijadikan usaha yang menguntungkan. Padi adalah tanaman rumput dari *genus Oryza*. Padi merupakan tumbuhan berbunga dan tergolong dalam famili Magnolia, karena memiliki satu kotiledon maka termasuk dalam golongan *Liliopsida*. Padi juga termasuk tumbuhan tahunan, batang tersegmentasi, daun kasar dan tulang daun sejajar, sehingga termasuk dalam *Poales* dan *Gramineae*. Biji yang sehari-hari dikenal dengan beras adalah kariopsis yang terdiri atas embrio dan endosperma yang diselimuti oleh lapisan aleuron kemudian tagmen dan lapisan terluar yang disebut pericarp (Patria, dkk 2021).

Banyaknya perusahaan beras yang didirikan di Kabupaten Jember salah satunya adalah UD Sumber Barokah. UD Sumber Barokah merupakan usaha di bidang makanan pokok yaitu beras dalam kemasan. UD Sumber Barokah berdiri sejak tahun 2019 yang terletak di Dusun Karangsono RT : 006 RW : 003 Desa

Grenden Kecamatan Puger Kabupaten Jember merupakan usaha keluarga yang saat ini diteruskan oleh pemilik UD Sumber Barokah yaitu Afifah Al-Husein. UD Sumber Barokah memproduksi memiliki 2 (dua) merk beras yaitu Cap Gunung Puger dan Cap Kurma. UD Sumber Barokah memiliki beberapa kemasan beras sesuai kebutuhan pelanggan yaitu kemasan 5 kg, 10 kg, 25 kg, dan 3 kg saat edisi lebaran. Pada edisi lebaran permintaan beras meningkat dari produksi biasanya. Bahan baku diperoleh dari lahan sendiri dan para petani yang menjual hasil panen padinya. Setiap tahunnya UD Sumber Barokah mampu memproduksi sekitar 300 ton lebih beras dengan setiap bulannya memproduksi sekitar 20 – 30 ton beras.

Data UD Sumber Barokah menunjukkan penjualan beras Cap Kurma sebanyak 310 ton per tahun nya, pada tahun 2021 mengalami peningkatan 340 ton, tahun 2022 mengalami penurunan sebanyak 20 ton menjadi 320 ton per tahun 2022, pada tahun 2023 kembali mengalami penurunan penjual 20 ton dan tahun 2024 5 ton. Hal ini dapat dilihat dari penjualan per bulan Januari hingga Desember 2024 pada Tabel 1.1 .

Tabel 1. 1 Laporan Penjualan UD Sumber Barokah Tahun 2024

No.	Bulan	Penjualan (Ton)
1	Januari	22
2	Februari	25
3	Maret	28
4	April	30
5	Mei	27
6	Juni	25
7	Juli	26
8	Agustus	24
9	September	23
10	Oktober	23
11	November	22
12	Desember	20

Sumber : Diolah, data penjualan UD Sumber Barokah 2024

Berdasarkan data penjualan UD Sumber Barokah tahun 2024, terjadi beberapa kali penurunan penjualan dalam satuan ton sepanjang tahun. Penurunan yang paling signifikan tercatat terjadi setelah bulan April. Pada bulan April, penjualan mencapai puncaknya sebesar 30 ton, namun pada bulan Mei turun menjadi 27 ton, selanjutnya diikuti oleh tren penurunan. Penurunan pertama terjadi dari bulan April ke Mei, di mana penjualan turun dari 30 ton menjadi 27 ton. Penurunan berlanjut dari Mei ke Juni (25 ton), dan meskipun sempat naik sedikit di bulan Juli (26 ton), tren menurun kembali terjadi di bulan Agustus (24 ton), September (23 ton), dan Oktober (23 ton). Penurunan berlanjut hingga bulan November dan Desember, dengan penjualan masing-masing sebesar 22 ton dan 20 ton, yang menjadi angka terendah selama tahun 2024. Secara umum, tren penurunan mulai terlihat setelah bulan April, dan terus berlanjut hingga akhir tahun.

Penjualan beras di jual melalui pengepul beras maupun toko toko yang ada di daerah Kecamatan Puger. Namun untuk UD Sumber Barokah yang berdiri selama kurang lebih 6 tahun, UD Sumber Barokah ini belum menunjukkan perkembangan yang signifikan, hal ini dapat dilihat dari keterbatasan wilayah pemasaran yaitu hanya menjual produk beras di daerah seperti di Pasar Grenden, Pasar Puger, toko grosir, toko klontong, dan masyarakat sekitar. Serta media promosi yang dilakukan oleh UD Sumber Barokah sangat sederhana yaitu dengan promosi mulut ke mulut yang menyebabkan UD Sumber Barokah kesulitan dalam memperoleh pelanggan baru dan merk produk beras UD Sumber Barokah yaitu Cap Kurma 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 Sumber Barokah.

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan pada UD Sumber Barokah 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 Sumber

Barokah adalah analisis SWOT. Dengan menganalisa aspek-aspek strategi pada faktor internal dan UD Sumber Barokah, maka dapat dievaluasi kekuatan (*Strenght*), 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 Sumber Barokah.

1.2 Rumusan Masalah

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) pada pemasaran beras UD Sumber Barokah Puger, Jember?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran beras yang diproduksi, UD Sumber Barokah Puger, Jember?
3. Apa prioritas strategi pemasaran beras di UD Sumber Barokah Puger, Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) pada pemasaran beras UD Sumber Barokah Puger, Jember.
2. Merumuskan dan menganalisis alternatif strategi pemasaran beras yang diproduksi UD Sumber Barokah Puger, Jember.
3. Menentukan prioritas strategi pemasaran beras di UD Sumber Barokah Puger, Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti Lain.
Sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian tentang strategi pemasaran.
2. Bagi Perusahaan.
Sebagai bahan dasar masukan bagi perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya yang berhubungan dengan strategi pemasaran.
3. Bagi Penulis.
Sebagai bahan masukan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang strategi pemasaran.