

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Jombang merupakan daerah yang memiliki potensi pertanian dan perkebunan yang melimpah, salah satunya adalah komoditas pisang yang tersebar luas di berbagai kecamatan. Pisang memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk olahan yang memiliki nilai tambah. Potensi ini membuka peluang bagi masyarakat setempat untuk mengembangkan usaha berbasis agroindustri yang dapat meningkatkan nilai ekonomi produk serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

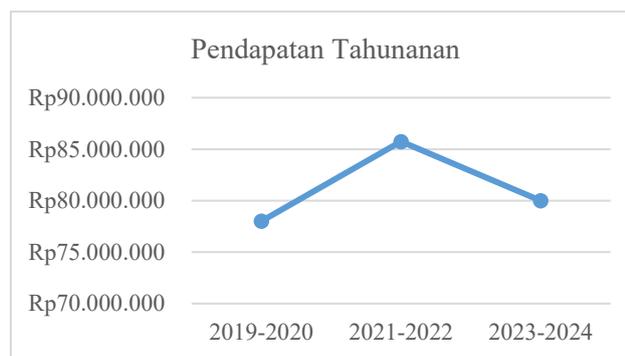
Sejalan dengan hal tersebut, Kabupaten Jombang salah satu sentra produksi pisang di Jawa Timur produktivitas pisang tertinggi tercatat pada tahun 2020, dengan total mencapai 391.914 kuintal (gambar 1.1). Namun demikian, dalam beberapa tahun terakhir terjadi fluktuasi, terutama pada tahun 2023 yang menunjukkan penurunan drastis hingga 184.963 kuintal. Penurunan tersebut menunjukkan adanya tantangan dalam menjaga konsistensi produksi baik karena faktor teknis, budidaya, cuaca maupun distribusi. Meskipun demikian produktivitas sebelumnya menunjukkan bahwa adanya potensi yang dapat dioptimalkan, terutama melalui industri pengolahan pisang dan strategi pemasaran yang tepat.



Gambar 1.1 Data Produktivitas Pisang Kab. Jombang (BPS, 2024)

Salah satu pelaku usaha yang mengelola potensi tersebut adalah UD. Manalagi Jombang, yang berlokasi di Desa Pulodadi, Kecamatan Megaluh, Kabupaten Jombang. Usaha ini bergerak dalam bidang pengolahan makanan

ringan, khususnya keripik pisang. Tren preferensi konsumen terhadap camilan lokal dengan cita rasa khas dan harga terjangkau menunjukkan peluang besar bagi UD. Manalagi Jombang untuk memperkuat strategi pemasaran berbasis keunikan produk dan nilai ekonomis. Produk keripik pisang yang dihasilkan oleh UD. Manalagi Jombang memiliki cita rasa manis dan gurih, tekstur yang renyah serta aroma pisang yang kuat dan harga yang terjangkau. Selain itu, UD. Manalagi Jombang memasarkan keripik pisang dengan dua kemasan yakni kemasan 60 gram (Rp5.000) dan kemasan 120gram (Rp12.000). Berdasarkan data internal pendapatan UD. Manalagi Jombang pada periode 2021-2022 mencapai Rp78.000.000 dengan tren peningkatan pada tahun berikutnya. Pendapat tahunan dapat dilihat pada gambar 1.2.



Gambar 1.2 Grafik Pendapatan Tahunanan (UD Manalagi Jombang, 2024)

Peningkatan pendapat menunjukkan pertumbuhan yang signifikan terhadap pertumbuhan produk. Namun demikian, UD. Manalagi Jombang masih menghadapi kendala pemasaran. UD. Manalagi Jombang masih belum memiliki outlet sendiri, keterbatasan distribusi ke toko oleh-oleh, belum memanfaatkan platform digital seperti *e-commerce*. Hal ini memperlihatkan adanya potensi yang cukup besar dalam pemasaran yang lebih efektif sehingga dapat meningkatkan pendapatan lebih tinggi jika strategi yang efektif diterapkan.

Untuk itu dalam menghadapi kendala pemasaran didalam persaingan bisnis yang semakin ketat terutama di era digital ini, UD. Manalagi Jombang dituntut untuk mampu merumuskan strategi yang tepat, adaptif dan berbasis analisis situasi internal serta eksternal. Oleh karena itu, analisis SWOT dan QSPM diperlukan

dalam menentukan strategi pemasaran. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran. Selanjutnya analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) digunakan untuk menentukan prioritas strategi pemasaran yang paling efektif dan relevan dengan kondisi perusahaan (Askari, 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting karena dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai strategi pemasaran yang efektif bagi UD. Manalagi Jombang, sekaligus menawarkan implementasi strategi yang terukur dan sistematis untuk meningkatkan pendapatan usaha. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkuat posisi produk keripik pisang di pasar, memperluas jangkauan distribusi, serta menjadi acuan bagi UD. Manalagi Jombang dalam mengembangkan pendekatan pemasaran yang inovatif dan berkelanjutan di tengah persaingan industri makanan ringan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengidentifikasi faktor internal kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*), serta faktor eksternal peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) pada strategi pemasaran keripik pisang UD. Manalagi Jombang?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk UD. Manalagi Jombang?
3. Bagaimana menentukan prioritas strategi pemasaran yang paling efektif untuk UD. Manalagi Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Agar peneliti mempunyai arah yang jelas, maka ditetapkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor internal kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*), serta faktor eksternal peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) pada strategi pemasaran keripik pisang UD. Manalagi Jombang.
2. Menganalisis alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk UD. Manalagi Jombang.
3. Menentukan prioritas strategi pemasaran yang tepat untuk UD. Manalagi Jombang.

1.4 Manfaat

Manfaat dari pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat dirasakan oleh berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi industri, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran perusahaan.
2. Bagi Akademisi, Menjadi referensi untuk penelitian lanjutan dan studi kasus di masa depan terhadap aplikasi teori dalam industri.
3. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk memperluas pemahaman dan pengetahuan dalam penerapan strategi pemasaran pada produk keripik pisang.