

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan produsen pisang nomor enam di dunia diantara 20 negara penghasil pisang. Produksi pisang Indonesia rata-rata mencapai 5.36 juta ton, dengan sentra produksi utama berada di Pulau Jawa dan Sumatera (Sadimantara & Leomo, 2020). Tentunya produksi pisang nasional ditopang oleh produksi pisang di masing-masing daerah yang memiliki peran cukup tinggi. Pisang merupakan buah yang paling banyak dihasilkan Indonesia pada tahun 2023, volume produksi pisang secara nasional mencapai sekitar 9,34 juta ton. Provinsi Jawa Timur salah satu penyumbang produksi dengan total sebanyak 2.048.948 ton per tahunnya (Badan Pusat Statistik (BPS)).

Agroindustri dapat menjadi salah satu alternatif untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, mengurangi pengangguran di Indonesia dan memperbaiki pembagian pendapatan. Agroindustri merupakan industri yang mengolah bahan baku hasil pertanian menjadi barang yang mempunyai nilai tambah yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Berbeda dengan industri lain, agroindustri tidak harus mengimpor sebagian besar bahan bakunya dari luar negeri melainkan telah tersedia banyak di dalam negeri. Dengan mengembangkan agroindustri secara tidak langsung dapat membantu meningkatkan perekonomian para petani sebagai penyedia bahan baku untuk industri (Rifaldi, dkk. 2023).

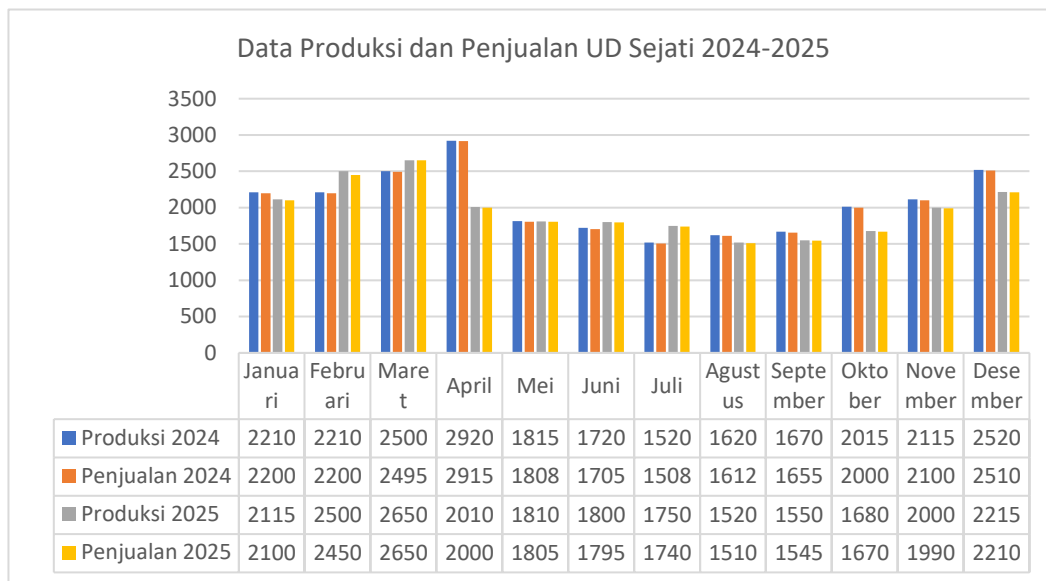
Tanaman pisang kaya manfaat, buah pisang dapat dikembangkan sebagai bahan baku produk olahan sumber karbohidrat yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi kegiatan wirausaha (Widyatami, dkk. 2022). Industri pengolahan pisang yang menjadikan pisang sebagai produk olahan yang mempunyai nilai jual tinggi dan dapat dijadikan sebagai peluang usaha. Salah satu produk olahan yang terbuat dari bahan baku pisang yaitu sale pisang (Prahesti, dkk. 2023). Pemasaran hasil produksi produk sale pisang merupakan hal penting dalam kegiatan keberlangsungan suatu usaha. Hal tersebut akan menguntungkan perusahaan dalam memperoleh pendapatan tinggi dari

penjualan produk sale pisang. Potensi yang dimiliki oleh olahan sale pisang sebagai makanan ringan dari UD Sejati merupakan nilai tambah produk yang dapat memberikan peluang untuk penjualannya.

Pisang merupakan buah yang bernilai ekonomis, pisang dapat dikonsumsi dalam kondisi segar maupun melalui tahap pengolahan. Salah satu jenis buah yang dapat diolah menjadi sale pisang yaitu jenis pisang barlin. Sale pisang adalah makanan ringan yang dimakan sebagai camilan dan memiliki rasa manis, renyah dan aroma khas pisang. Sale pisang adalah makanan hasil olahan dari buah pisang yang diiris tipis kemudian dijemur. Sale pisang ini bisa langsung dimakan atau digoreng dengan tepung terlebih dahulu. Selain itu, saat ini sale pisang sudah menembus pasar internasional (Susanti, dkk. 2019). Sale pisang dibuat dengan tahap pengupasan dengan bahan baku pisang matang, pemotongan menjadi 4 bagian memanjang, dan di jemur di bawah terik matahari selama 4 hari hingga mengeluarkan madu untuk mengurangi kadar air buah pisang sehingga sale pisang lebih tahan lama.

UD Sejati merupakan usaha di bidang agroindustri pengolahan sale pisang barlin yang didirikan oleh ibu Wiwik pada tahun 2011. UD Sejati terletak di Dusun Sumbergroto, RT 03 RW 04, Desa Rejoagung Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi. UD Sejati dalam usahanya sudah memiliki surat izin usaha, Nomor Induk Usaha (NIB) nomor 0226011101817, Sertifikat Halal nomor 07100040950917 dan izin Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) nomor 23435100164419. Dengan adanya surat izin usaha sale pisang barlin UD Sejati layak untuk dipasarkan karena telah diuji keamanan untuk dikonsumsi. Sale pisang barlin UD Sejati menjual per bungkus dengan harga Rp. 12.500 untuk 250 gram dan Rp. 25.000 untuk 500 gram.

Penjualan sale pisang barlin UD Sejati pada tahun 2024-2025 mengalami fluktuasi karena disebabkan oleh beberapa faktor yang dialami UD Sejati. Data produksi dan penjualan sale pisang barlin di UD Sejati dari bulan Januari sampai Desember dapat dilihat dalam diagram batang dibawah ini:



Gambar 1. 1 Data Produksi dan Penjualan UD Sejati 2024-2025

Berdasarkan data diatas, produksi sale pisang setiap bulannya masih mengalami fluktuasi cukup signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa UD Sejati memiliki beberapa masalah yang berdampak pada penjualan dibandingkan dengan produksi pada setiap bulannya. Penjualan tertinggi pada tahun 2024 yaitu pada bulan April sebanyak 2.915 kilogram sale pisang, sedangkan penjualan terendah pada bulan Juli 1.508 kilogram. Penjualan tertinggi pada tahun 2025 pada bulan Maret sebanyak 2.650 kilogram sale pisang, sedangkan penjualan terendah pada bulan Agustus 1.510 kilogram sale pisang. Beberapa faktor yang menyebabkan permasalahan tersebut terjadi pada UD Sejati dalam pemasaran belum memanfaatkan kemajuan teknologi, proses pemasaran masih menggunakan tradisional atau offline, yaitu dengan menitipkan produknya ke toko-toko (sales). Mengakibatkan pasar yang dijangkau terbatas pada wilayah sekitar produksi. Penjualan dan pemasaran supaya mendapat hasil yang optimal perlu diterapkan strategi guna tercapainya tujuan yang diinginkan. Strategi yang digunakan peneliti dalam menganalisis ialah menggunakan metode analisis SWOT sehingga mendapatkan strategi alternatif pemasaran yang sesuai, dan menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) untuk menetapkan strategi prioritas yang tepat dalam pemasaran sale pisang barlin produksi UD Sejati di Desa Rejoagung Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja yang menjadi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi strategi pemasaran sale pisang barlin produksi UD Sejati di Desa Rejoagung Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi?
2. Bagaimana strategi alternatif pemasaran sale pisang barlin produksi UD Sejati di Desa Rejoagung Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi?
3. Apa strategi prioritas pemasaran sale pisang barlin produksi UD Sejati di Desa Rejoagung Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dengan strategi pemasaran sale pisang barlin produksi UD Sejati di Desa Rejoagung Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi
2. Merumuskan strategi alternatif pemasaran sale pisang barlin produksi UD Sejati di Desa Rejoagung Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi
3. Menentukan strategi prioritas pemasaran sale pisang barlin produksi UD Sejati di Desa Rejoagung Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis, kepada berbagai pihak, yakni:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang strategi pemasaran serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Bagi Praktik/Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau panduan bagi Sale Pisang UD Sejati menjalankan strategi pemasaran yang lebih efektif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan awal atau pembanding bagi peneliti yang tertarik dengan topik yang serupa dan mengembangkan penelitian yang lebih mendalam.