

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan ringan tradisional Indonesia tengah mencatatkan perkembangan yang cukup pesat dan signifikan pada periode beberapa tahun terakhir, dengan nilai pasar yang terus bertumbuh seiring dengan meningkatnya minat konsumen terhadap produk kuliner lokal. Industri makanan dan minuman menunjukkan adanya kenaikan signifikan yang ditunjukkan dari data Kementerian Perindustrian sebesar 5,53% di triwulan II-2024 dan memberikan peran sebesar 40,33% pada Produk Domestik Bruto (PDB) industri pengolahan nonmigas, menjadikannya sebagai subsektor dengan kontribusi terbesar (Kemenperin, 2024). Nilai PDB yang dihasilkan menyentuh angka 1.531.445,20 miliar pada tahun 2024 atau setara dengan 6,32% dari total perekonomian nasional. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya permintaan domestik dan ekspor, serta kesadaran konsumen terhadap produk pangan lokal berkualitas (BPS, 2024).

Usaha rengginang merupakan salah satu bentuk usaha yang termasuk dalam kategori Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berdasarkan skala operasional dan kapasitas produksinya, dalam sektor penyediaan makanan dan minuman yang mencapai 4,9 juta unit usaha. (BPS, 2023). Produk ini tidak hanya diminati oleh masyarakat lokal, melainkan mulai diminati oleh pasar yang lebih luas, termasuk wisatawan dan konsumen dari berbagai daerah.

Merujuk pada data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), industri makanan berskala mikro dan kecil, termasuk produk rengginang, memberikan kontribusi penting dengan pertumbuhan lebih dari 5,43% pada tahun 2022, dimana industri makanan dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI). KBLI 10 mencakup proses pengolahan bahan baku dari bidang kehutanan, pertanian, perkebunan, peternakan, dan perikanan yang diubah menjadi produk makanan bagi manusia atau hewan, serta pembuatan produk antara yang tidak secara langsung merupakan makanan jadi. Produk rengginang terklasifikasi ke dalam KBLI 10 karena merupakan produk makanan olahan yang dihasilkan melalui

proses pengolahan bahan baku pertanian, yaitu beras ketan menjadi produk makanan siap konsumsi bagi manusia dan dikategorikan dalam KBLI 10794 yang mencakup industri kerupuk, keripik, peyek, dan sejenisnya, mengingat rengginang merupakan produk makanan ringan berbasis beras ketan yang melalui proses pengeringan dan penggorengan sebelum siap dikonsumsi. Perkembangan industri mikro dan kecil mencatat KBLI 10 sebagai kelompok industri yang memberikan kontribusi paling signifikan terhadap pertumbuhan produksi dari tahun ke tahun (BPS, 2023). Adapun Kabupaten Jember, Jawa Timur, memiliki sejumlah UMKM yang bergerak dalam sektor produksi makanan tradisional, di antaranya adalah usaha rengginang.

Data BPS Provinsi Jawa Timur mencatat bahwa sektor industri mikro dan kecil di Jawa Timur mengalami perkembangan yang positif, ditandai dengan peningkatan jumlah pelaku usaha, tenaga kerja, dan nilai produksi secara berkelanjutan (BPS, 2023). Kondisi ini turut dirasakan di Kabupaten Jember, di mana sejumlah pelaku UMKM makanan tradisional, termasuk produsen rengginang, menunjukkan geliat pertumbuhan yang sejalan dengan tren provinsi. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya tergali secara optimal, sehingga diperlukan analisis lebih mendalam terhadap perkembangan usaha rengginang di wilayah ini. Kecamatan Wuluhan, yang terletak di Kabupaten Jember, menjadi salah satu wilayah produksi rengginang dengan beberapa produsen yang telah memproduksi secara turun-temurun. Perekonomian lokal memperoleh kontribusi penting dari keberadaan usaha-usaha rengginang di wilayah ini, sekaligus membuka lapangan kerja bagi masyarakat, serta melestarikan tradisi kuliner setempat. Salah satu produsen rengginang yang telah cukup lama beroperasi di Kecamatan Wuluhan adalah usaha Rengginang Cap Bintang. Usaha Rengginang Cap Bintang di Kecamatan Wuluhan dipilih sebagai objek penelitian karena telah beroperasi selama 11 tahun, memiliki legalitas usaha yang lengkap, dan merepresentasikan kondisi UMKM makanan tradisional di wilayah tersebut meliputi skala produksi rumahan, ketergantungan terhadap bahan baku lokal, sistem pemasaran konvensional, serta keterbatasan akses terhadap teknologi dan permodalan (Undang-Undang Nomor 20, (2008).

Usaha Rengginang Cap Bintang telah menjalankan kegiatan produksi dan pemasaran rengginang dengan varian rasa original dan terasi. Kapasitas produksi usaha ini dapat mengolah 40 kg bahan baku beras ketan per hari yang dapat menghasilkan sekitar 80 kemasan rengginang siap jual. Sebagai bentuk komitmen terhadap legalitas dan kualitas produk, Rengginang Cap Bintang telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) yang terdaftar secara resmi, Rengginang Cap Bintang telah memperoleh sertifikasi halal yang diterbitkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Hal ini menunjukkan keseriusan usaha untuk memenuhi standar regulasi pemerintah dan persyaratan keamanan pangan yang berlaku di Indonesia.

Rengginang Cap Bintang menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usahanya meskipun telah memiliki basis konsumen dan legalitas usaha yang memadai. Tantangan tersebut meliputi persaingan yang semakin ketat dari produsen rengginang lainnya, baik dari dalam maupun luar daerah, Sikap konsumen yang kian selektif terhadap produk makanan merupakan wujud nyata dari perubahan perilaku yang terus berkembang. Strategi pemasaran menentukan keberhasilan sebuah usaha melalui penetapan harga yang kompetitif, penentuan saluran distribusi yang tepat, pengembangan produk yang inovatif, serta pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen. Tanpa strategi pemasaran yang terencana dengan baik, usaha mikro seperti Rengginang Cap Bintang dapat mengalami kesulitan dalam mempertahankan pangsa pasar dan bersaing dengan kompetitor yang terus berkembang.

Kondisi Rengginang Cap Bintang saat ini menunjukkan adanya potensi yang belum sepenuhnya dioptimalkan. Berdasarkan observasi awal, beberapa permasalahan yang dihadapi antara lain: pertama, keterbatasan dalam melakukan promosi dimana usaha ini masih menerapkan promosi dari mulut ke mulut dan pemanfaatan media sosial secara optimal belum sepenuhnya dilakukan.; kedua, jangkauan pasar yang masih terbatas pada wilayah Kabupaten Jember dan sekitarnya sehingga belum mampu menembus pasar regional atau nasional; ketiga, minimnya inovasi dalam pengembangan varian rasa baru selain original dan terasi, serta tingkat daya saing produk terhadap produk sejenis masih terbatas akibat desain yang sederhana dan belum memiliki daya tarik yang memadai. Berdasarkan kondisi

tersebut, diperlukan analisis mendalam terhadap strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh usaha Rengginang Cap Bintang.

Analisis ini dilaksanakan dengan menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang tengah dihadapi dan dipetakan secara komprehensif. Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, dan Matriks SWOT digunakan sebagai instrumen analisis utama dalam prosesnya. Keputusan strategis kemudian ditetapkan melalui analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) untuk menentukan prioritas strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh usaha Rengginang Cap Bintang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha Rengginang Cap Bintang melalui pendekatan Matriks IFE, EFE, IE, dan SWOT, serta menentukan prioritas strategi pemasaran yang paling tepat menggunakan analisis QSPM, sehingga usaha ini mampu meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasarnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah yang didapatkan sebagai berikut.

1. Apa yang menjadi faktor internal dan faktor eksternal pada pemasaran produk Rengginang cap Bintang?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran Rengginang Cap Bintang?
3. Strategi pemasaran alternatif manakah yang menjadi prioritas untuk diterapkan oleh usaha Rengginang Cap Bintang di Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi dan menjelaskan faktor internal maupun eksternal dalam pemasaran Rengginang Cap Bintang
2. Menentukan alternatif strategi pemasaran pada Rengginang cap Bintang
3. Menentukan prioritas strategi pemasaran dalam perusahaan Rengginang Cap Bintang

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat yang berarti sebagaimana didasarkan pada latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, diharapkan bisa membantu peneliti untuk meningkatkan pemahaman serta memperdalam pengetahuan terkait strategi pemasaran yang diterapkan pada produk Rengginang Pada Usaha Rengginang Cap Bintang di Kecamatan Wuluhan, Kabupaten Jember.

2. Bagi Pemilik Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang nyata sebagai acuan bagi pelaku usaha dalam merancang dan menetapkan strategi pemasaran yang tepat. Dengan mengacu pada hasil analisis, pengusaha dapat mengevaluasi faktor-faktor yang sudah baik untuk dipertahankan, area yang memerlukan perbaikan, maupun aspek yang perlu ditingkatkan demi efektivitas pemasaran yang lebih maksimal. Lebih jauh, penelitian ini turut membantu pengusaha dalam menangkap peluang pasar dengan lebih baik dan menghadapi kompetisi bisnis, yang pada akhirnya menunjang keberlanjutan dan perkembangan usaha.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan acuan dan tambahan informasi bagi penelitian selanjutnya, khususnya yang berfokus pada strategi pemasaran. serta dapat dijadikan bahan literatur dalam kegiatan pembelajaran.