

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) memegang peran strategis dalam perekonomian nasional sebagai sektor yang mampu menyerap tenaga kerja secara luas serta memberikan kontribusi penting terhadap Produk *Domestik Regional Bruto* (PDRB) (Dinas Perindustrian dan Pangan, 2025). Perubahan struktur ekonomi dari pertanian primer menuju agroindustri menjadi langkah strategis untuk meningkatkan nilai tambah komoditas lokal (Hamzah dkk., 2021). Transformasi ini terlihat jelas pada berbagai daerah penghasil komoditas pertanian, dimana pengolahan hasil pertanian mentah menjadi produk olahan bernilai jual lebih tinggi menjadi kunci penguatan ekonomi wilayah

Transformasi tersebut tampak nyata di Kabupaten Jember, Jawa Timur, melalui industri pengolahan tape singkong. Jember yang dikenal dengan sebutan "Kota Tape" memiliki keunggulan berupa ketersediaan ubi kayu yang melimpah. Penjualan tape mentah memiliki keterbatasan, seperti umur simpan yang pendek dan harga yang tidak stabil. Pengolahan tape menjadi suwar-suwir menjadi langkah hilirisasi krusial untuk memperkuat ekonomi masyarakat setempat. Suwar-suwir tidak hanya menjadi makanan khas, tetapi juga bagian dari identitas budaya dan daya tarik pariwisata Jember. Sebagian besar produksi suwar-suwir di Kabupaten Jember dilakukan oleh pelaku UMKM yang tersebar di berbagai wilayah, sehingga tingkat persaingan usaha dalam industri ini tergolong tinggi (Nisa, 2020).

UD Mutiara Rasa menjadi salah satu pelaku utama dalam industri ini dan beroperasi di Desa Pancakarya, Kecamatan Ajung. Usaha yang berdiri sejak 2001 kini dipimpin oleh generasi kedua, Bapak Firmansyah, dengan produk andalan suwar-suwir merek "Candiber". Kinerja finansial menunjukkan efisiensi yang baik. Data produksi UD Mutiara Rasa menunjukkan bahwa jumlah produksi mengalami penurunan selama dua tahun terakhir atau sekitar 4,65%. Penurunan ini diduga dipengaruhi oleh pola penjualan yang bersifat musiman serta pemasaran yang masih didominasi oleh saluran konvensional. Harga jual produk ditetapkan

berdasarkan segmentasi pembelian, di mulai dari Rp15.000 hingga Rp40.000 per kemasan untuk penjualan eceran tergantung berat produk dan Rp35.000 per kilogram untuk penjualan grosir. Pemanfaatan pemasaran digital yang belum optimal membuat jangkauan produksi masih terbatas pada toko oleh-oleh lokal, sehingga akses ke pasar yang lebih luas melalui *platform e-commerce* belum dapat dioptimalkan.

Permasalahan lainnya adalah UD Mutiara Rasa juga menghadapi beberapa kondisi yang dapat memengaruhi keberlangsungan kegiatan usaha. Kualitas bahan baku tape singkong dapat mengalami perubahan, terutama pada kondisi cuaca tertentu, sehingga dapat memengaruhi proses produksi dan konsistensi karakteristik produk. Proses produksi yang masih menggunakan peralatan manual juga dapat menjadi keterbatasan dalam meningkatkan kapasitas produksi dan menjaga konsistensi proses. Dari sisi pemasaran, penggunaan saluran pemasaran yang masih didominasi metode konvensional menyebabkan pemanfaatan peluang pemasaran digital belum optimal. Sementara itu, perkembangan media sosial dan platform perdagangan digital memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkenalkan produk kepada konsumen di luar wilayah pemasaran saat ini.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemasaran produk suwar-suwir pada UD Mutiara Rasa dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari dalam maupun luar usaha. Faktor internal dapat berupa kekuatan yang dimiliki, seperti pengalaman usaha, keberadaan produk khas, serta kemampuan produksi, maupun kelemahan seperti keterbatasan penggunaan teknologi dan saluran pemasaran. Sementara itu, faktor eksternal dapat berupa peluang, seperti perkembangan pemasaran digital dan potensi pasar produk pangan khas daerah, serta ancaman berupa persaingan dengan produk sejenis dan perubahan preferensi konsumen. Oleh karena itu, diperlukan identifikasi terhadap faktor-faktor tersebut agar UD Mutiara Rasa dapat menentukan arah strategi pemasaran berdasarkan kondisi usaha yang sebenarnya.

Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal suatu usaha melalui empat faktor utama, yaitu *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats* (David, 2016:171).

Analisis ini dapat membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki usaha serta peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal. Hasil identifikasi tersebut kemudian dapat digunakan sebagai dasar dalam menyusun alternatif strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang, memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang, menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman, serta meminimalkan kelemahan dalam menghadapi ancaman (David, 2016:171-172).

Berdasarkan uraian tersebut, UD Mutiara Rasa memiliki potensi untuk mengembangkan pemasaran produk suwar-suwir, tetapi masih menghadapi berbagai kondisi yang perlu diperhatikan, terutama berkaitan dengan penurunan produksi, pemasaran yang masih dipengaruhi kondisi musiman, keterbatasan saluran pemasaran, serta belum optimalnya pemanfaatan pemasaran digital. Kondisi tersebut perlu dianalisis dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pemasaran. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman serta merumuskan alternatif strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengambil judul “Strategi Pemasaran Produk Suwar-Suwir pada UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi pemasaran produk suwar-suwir pada UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember?
2. Apa saja faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran produk suwar-suwir pada UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk produk suwar-suwir pada UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember berdasarkan hasil analisis SWOT?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi pemasaran produk suwar-suwir pada UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember.
2. Menganalisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran produk suwar-suwir pada UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember.
3. Merumuskan strategi pemasaran produk suwar-suwir pada UD Mutiara Rasa Kabupaten Jember berdasarkan hasil analisis SWOT.

1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dibuat, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam menerapkan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi pemasaran pada usaha pangan lokal.
2. Bagi UD Mutiara Rasa, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi pemasaran produk suwar-suwir. Hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi UD Mutiara Rasa dalam menentukan dan mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi usaha serta peluang pasar yang tersedia.
3. Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi tambahan dalam pengembangan studi terkait analisis SWOT dan strategi pengembangan usaha pada sektor UMKM, khususnya di bidang agroindustri dan pengolahan produk lokal.