

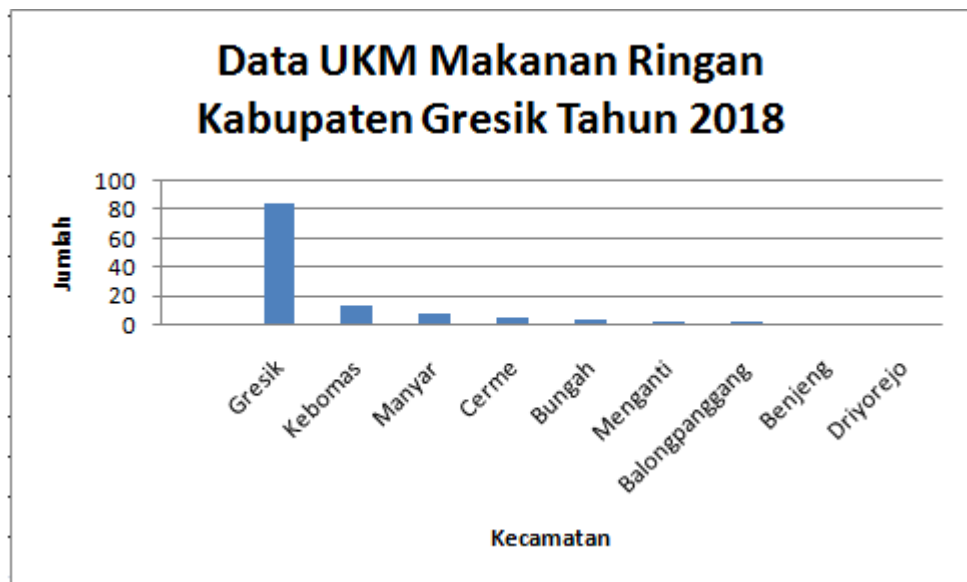
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya pertanian di Indonesia saat ini telah, membuat masyarakat yang berperan di sektor pertanian mengembangkan usahanya dengan mengelolah hasil pertanian. Penyediaan bahan pangan yang cukup besar tidak luput dari peranan industri pengolahan bahan pangan terutama industri yang bergerak dibidang pangan (M.Th.Handayani, 2018). Sektor pertanian yang berperan dalam menyediakan kebutuhan pangan bagi masyarakat adalah sektor perkebunan. Pengolahan hasil perkebunan yaitu dengan menciptakan nilai tambah pada komoditi perkebunan melalui produk olahan makanan. Salah satu produk perkebunan yang dapat diolah menjadi keripik yaitu singkong, telo dan pisang. Dapat dilihat pada tabel 1.1 untuk data BPS Tahun 2018 UKM makanan ringan Kabupaten Gresik.

Tabel 1. 1 Data UKM kabupaten Gresik

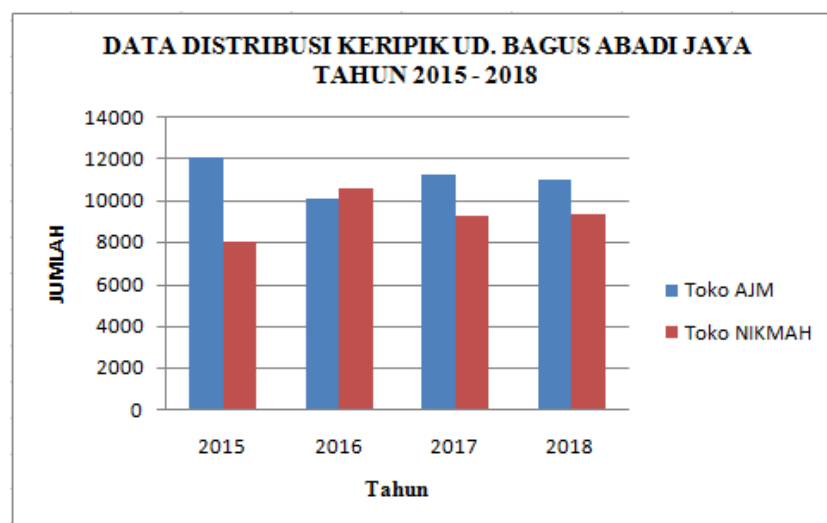


(Sumber: gresikkab.go.id)

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa makanan ringan kecamatan Cerme berada di urutan ke 4, setelah kecamatan Gresik, Kebomas dan Manyar. Sehingga perlu diadakan pengembangan pemasaran agar dapat meningkat.

UD. Bagus Abadi Jaya merupakan salah satu industri rumahan yang mengelolah atau memproduksi keripik yang terletak di daerah Morowudi-Desa Ngebret, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik. Industri rumahan ini berdiri pada tahun 1980 yang didirikan oleh Bapak Adnan dan Ibu Koyimah. Pada tahun 2004 Bapak Adnan dan Ibu Koyimah menurunkan usahanya kepada anaknya yang bernama Ibu Sundari. UD. Bagus Abadi Jaya memproduksi 3 jenis produk keripik yaitu keripik Telo, Singkong dan Pisang. Pembuatan keripik ini membutuhkan keterampilan tersendiri, tetapi bagi penduduk Desa keterampilan seperti ini tidak memerlukan pendidikan khusus karena dipelajari secara turun temurun. Keripik merupakan makanan ringan yang dibuat dari bahan baku umbi-umbian yang berbentuk tipis, kering dan renyah. Selain itu juga keripik dapat kita bawa untuk berpergian, untuk camilan dirumah dan sebagai suguhan. Camilan keripik menjadi favorit bagi semua kalangan masyarakat. Pada saat ini UD. Bagus Abadi Jaya mendistribusikan keripik hanya di 2 toko daerah Jawa Timur, khususnya pada daerah Morowudi – Desa Ngebret, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik. Dapat dilihat pada tabel 1.2 untuk data distribusi keripik.

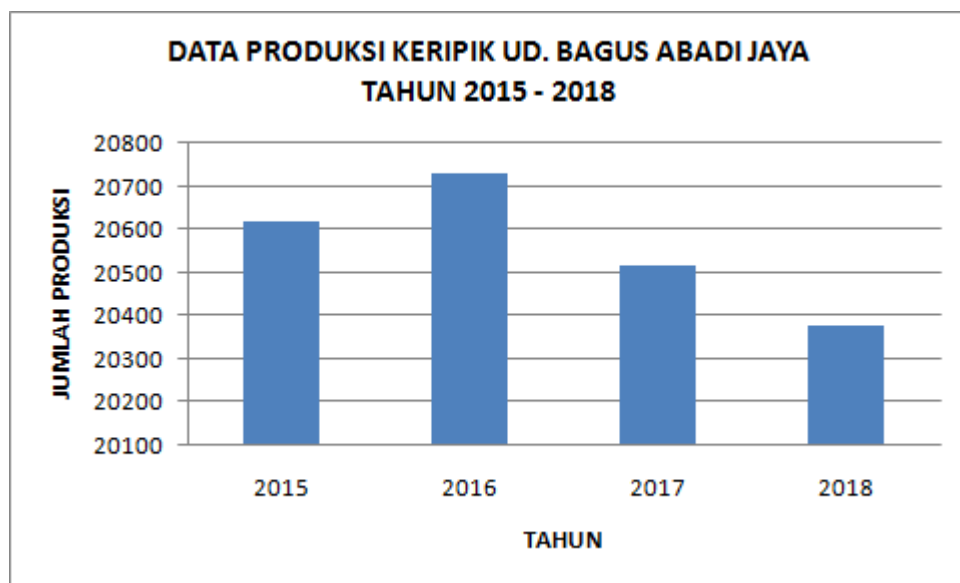
Tabel 1.2 Data Distribusi Keripik Tahun 2015 –2018



(Sumber: UD. Bagus Abadi Jaya)

Banyaknya pesaing produsen-produsen yang sama kini menjadi masalah yang dihadapi oleh UD. Bagus Abadi Jaya, dalam kondisi ini dapat dilihat dari hasil produksi yang diperoleh UD. Bagus Abadi Jaya pada tahun 2018 mengalami penurunan. Penurunan yang diperoleh UD. Bagus Abadi Jaya dikarenakan konsumen lebih memilih produk lain dan beberapa faktor yang berkaitan. Disisi lain penurunan produksi yang terjadi tidak menutup kemungkinan juga terkait dari faktor internal yang dimiliki UD. Bagus Abadi Jaya dinilai masih lemah. Kelemahan dalam promosi produk, pemasaran maupun pengembangan inovasi produk kemasan dan media yang digunakan. Selama ini UD. Bagus Abadi Jaya hanya memasarkan produknya di toko-toko grosir. Dalam hal ini dibutuhkan suatu analisis untuk mengetahui kondisi perusahaan dan dampaknya di masa yang akan mendatang. Dapat dilihat pada tabel 1.3 untuk data penurunan produksi.

Tabel 1.3 Data Produksi Keripik Tahun 2015 –2018

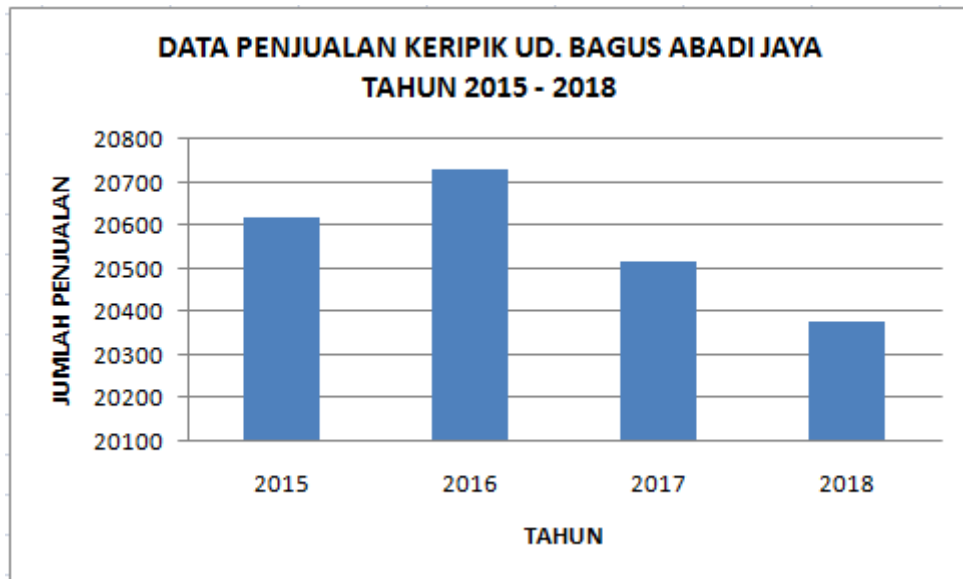


(Sumber: UD. Bagus Abadi Jaya)

Dari tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa penurunan produksi terdapat pada Tahun 2018. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang UKM, harus merancang dan memutuskan misi bisnis dan strategi pemasaran yang akan di terapkan di lapangan untuk bisa mengantisipasi berbagai macam perubahan yang akan terjadi. Perusahaan harus terus dapat berkompetisi dan bergerak searah dengan keinginan konsumen, karena pada dasarnya fungsi perusahaan adalah memproduksi barang

dan jasa yang dapat diterima konsumen sekaligus dapat memenuhi keinginan konsumen. Dapat dilihat pada tabel 1.4 unuk data penjualan.

Tabel 1.4 Data Penjualan Keripik Tahun 2015 –2018



(Sumber: UD. Bagus Abadi Jaya)

Dari tabel 1.4 jumlah penjualan sama dengan hasil produksi. Akan tetapi, tidak semua bahan baku diproses karena bahan baku yang berasal dari hasil kebun tidak tahan lama. Sehingga menyebabkan hasil produksi menurun dan penjualan menurun.

Berdasarkan dari hasil wawancara permasalahan yang dihadapi oleh UD. Bagus Abadi Jaya antara lain: strategi promosi industri UKM UD. Bagus Abadi Jaya hanya melakukan titip jual di toko-toko dan kurang memanfaatkan kegiatan promosi baik melalui media cetak maupun periklanan di internet, banyaknya pesaing produsen yang sama menimbulkan produksi keripik turun dan tidak stabil. Berikut data pesaing UKM produksi keripik dapat dilihat pada Tabel 1.4

Tabel 1.5 Data Pesaing UKM Produksi Keripik Desa Ngebret

NO	Nama UKM
1.	UKM Keripik Ratna Mustika Sari
2.	UKM Keripik Pak Suhartono
3.	UKM Keripik Purwanto
4.	UKM Keripik Pak Suherman
5.	UKM Keripik Pak Sulaiman
6.	UKM Keripik Pak Tomo
7.	UKM Keripik Pak Solikan
8.	UKM Keripik Pak Ailnul Safi'i
9.	UKM Keripik Pak Hamdan
10.	UKM Keripik Pak Afan

(Sumber: UD. Bagus Jaya)

Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal perusahaan yaitu belum mempunyai jaringan pemasaran yang cukup luas, promosi yang belum efektif termasuk faktor internal perusahaan sedangkan faktor eksternal perusahaan yaitu kenaikan harga baru, munculnya pesaing baru dalam memasarkan produk yang sama, pelanggan tetap hanya dari Gresik, dan permintaan pelanggan yang masih terus meningkat. Dari kasus tersebut, perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat sehingga perusahaan dapat lebih berkembang dalam penyusunan serta melakukan formulasi strategi pemasaran tersebut akan menggunakan pendekatan strategi SWOT dan QSPM. Metode Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui secara lebih strategis kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dan juga secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Dari beberapa alternatif harus ditentukan proiritas strategi yang akan menggunakan Matriks QSPM. Keuntungan menggunakan Matriks QSPM adalah strategi-strategi dapat diperiksa secara berurutan dan bersamaan, serta tidak ada batas untuk jumlah strategi yang dapat dievaluasi sekaligus (Amin Syukron, Zulkarnaen dan Sutopo, 2013).

Kabupaten Gresik merupakan salah satu daerah yang memiliki produk makanan yang cukup banyak dan beraneka ragam jenisnya. Banyak UKM yang

terletak di Desa Ngebret khususnya yang merupakan pembuatan keripik secara turun temurun. Perkembangan ini terjadi seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk warga Gresik, sehingga industri makanan berkembang mengikuti permintaan konsumen yang juga meningkat. Banyaknya produsen makanan menyebabkan suatu perusahaan harus mengembangkan berbagai strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen dan menghadapi persaingan dengan produsen lainnya. Perusahaan yang termasuk dalam industri makanan adalah UD. Bagus Abadi Jaya.

Berdasarkan dari latar belakang maka penulis mengambil tugas akhir dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Keripik UD. Bagus Abadi Jaya Menggunakan Metode SWOT dan QSPM di Kecamatan Cerme, Gresik”. Dengan metode SWOT dan QSPM diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk Keripik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan mengidentifikasi permasalahan di atas, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana usaha pemasaran produk keripik UD. Bagus Abadi Jaya saat ini dengan menggunakan metode SWOT?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang dilakukan UD. Bagus Abadi Jaya untuk meningkatkan pemasaran produknya dengan menggunakan metode QSPM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui usaha pemasaran produk keripik UD. Bagus Abadi Jaya saat ini dengan menggunakan metode SWOT.

2. Untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran yang dilakukan UD. Bagus Abadi Jaya meningkatkan pemasaran produknya dengan menggunakan metode QSPM.

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan, adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui usaha yang dilakukan perusahaan dalam memasarkan produknya.
2. Menerapkan strategi pemasaran yang optimal yang dilakukan sesuai strategi yang diperoleh.

1.5 Batasan Masalah

Untuk membatasi permasalahan agar sesuai dengan tujuan penelitian, maka diterapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Data diambil pada Tahun 2015 – 2018.
2. Dalam penelitian ini tidak diperhitungkan biaya produksi.
3. Penelitian pemasaran dilakukan di daerah Morowudi-Ngebret Kec. Cerme Kab. Gresik.
4. Penelitian menggunakan metode SWOT dan QSPM.
5. Memproduksi keripik telo, singkong dan pisang.

1.6 Asumsi – Asumsi

Asumsi yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Proses pemasaran di UD. Bagus Abadi Jaya berlangsung dengan normal.
2. Tidak ada perbedaan kualitas bahan baku yang telah dikirim ke distributor/toko.

1.7 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan mengenai penjelasan umum yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan teori dasar, metode beserta pemasarannya yang digunakan dalam pengolahan data dan perancangan produk dalam Tugas Akhir ini yaitu teori metode SWOT dan QSPM.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Berisikan penjelasan mengenai model pemecahan masalah dan langkah – langkah yang diambil untuk menyelesaikan masalah dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan tentang data – data yang diperoleh dari lapangan yang sesuai dengan objek Tugas Akhir yang digunakan untuk memecahkan masalah yang sedang diteliti, sedangkan pengolahan data berisikan tentang proses perubahan data mentah menjadi suatu hasil yang bisa dipahami sehingga dapat membantu dalam menganalisa.

BAB V ANALISIS DAN INTERPRETASI

Berisikan analisi dan pembahasan dari hasil pengolahan data, pada bagian ini akan dibahas analisis dari hasil pengolahan data tentang pemasaran produk keripik ubi ungu pada UD. Bagus Abadi Jaya.

BAB VI PENUTUP

Berisikan tentang kesimpulan dari pembahasan berdasarkan bab – bab sebelumnya yang mencerminkan jawaban dari permasalahan yang dirumuskan, dan juga memberikan saran yang berisikan tentang tindak lanjut dari kesimpulan.