

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki dua musim yaitu musim kemarau dan musim penghujan. Itulah sebabnya berbagai jenis tanaman buah tumbuh di iklim tropis. Pisang adalah produk pertanian dari hasil alam yang umumnya dikonsumsi oleh keluarga selain pepaya, semangka, dan tomat, karena jenis buah-buahan ini produksinya cukup stabil saat ini. Selain itu, pisang dapat menjadi peluang usaha dalam meningkatkan ekonomi Indonesia karena pisang mengandung pro vitamin A merupakan sumber kalori yang baik. Produk pisang juga memiliki peluang besar untuk digunakan diberbagai perusahaan.

Bersumber pada informasi Departemen Pertanian 2015. Khas kreasi pisang sepanjang 2011- 2015, ada 11 wilayah sentra kreasi pisang di Indonesia yang memberikan kontribusi produksi pisang sebesar 88, 07%. Daerah-daerah tersebut merupakan Jawa Timur, Jawa Barat, Lampung, Jawa Tengah, Sumatera Utara, Banten, Bali, Sumatera Selatan, Sulawesi Selatan, Nusa Tenggara Timur, serta Sumatera Barat. Provinsi Jawa Timur adalah daerah yang membagikan tanggung jawab sangat besar, ialah 21, 87%. Urutan kedua merupakan Provinsi Jawa Barat (19, 22%), disusul oleh posisi ketiga merupakan Provinsi Lampung (18, 20%). Provinsi lain menawarkan di bawah 10% dengan tanggung jawab penuh sebesar 28,77%.

Komoditi pertanian sebagian besar memiliki sifat yang mudah rusak, sehingga hasil pertanian harus segera dipasarkan selain itu dapat diolah agar bermanfaat serta memiliki nilai tambah dan memperpanjang masa simpan. Jawaban terbaik untuk masalah ini adalah membuat produk jadi, salah satunya keripik pisang. Keripik pisang adalah produk makanan ringan yang diproduksi dengan buah pisang yang dipotong tipis-tipis. Pisang yang akan dijadikan keripik yaitu pisang yang matang, dipilih jenis pisang olahan seperti pisang Kepok, Tanduk, Batu, Awak, Nangka, Kapas dan sejenis lainnya. selain itu keripik pisang juga memiliki manfaat kesehatan yang tinggi sehingga bermanfaat dijadikan cemilan oleh industri makanan.

Agroindustri yang diciptakan dalam perekonomian masyarakat telah dirasakan oleh semua kalangan bahwa agroindustri dapat membangun penghasilan bisnis di bidang agribisnis, mendapatkan pekerjaan, memiliki opsi untuk mengasimilasi keuntungan perdagangan yang tidak dikenal melalui tarif yang diperluas dan memiliki opsi untuk membuat organisasi baru. Karena keunggulan agroindustri ini, agroindustri dapat dimanfaatkan sebagai pendekatan untuk mengelola kemajuan negara yang berbasis agraris. Agroindustri yang menggunakan produk pertanian sebagai bahan baku akan sangat menunjang perkembangan budidaya tanaman produk pertanian terutama tanaman pangan (Radiya, 2013). Permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku usaha adalah jangkauan pasar yang terbatas dan meningkatnya persaingan jadi dalam sebuah produksi usaha pasti perlu adanya strategi pemasaran untuk menjalankan dan mengembangkan usaha. Strategi pemasaran adalah salah satu

cara memenangkan keunggulan bersaing dan berkesinambungan baik untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa.

Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh, untuk mengatasi berbagai masalah yang ada dalam suatu perusahaan. Alat evaluasi yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) karena dalam prosesnya model analisis ini melibatkan penentuan tujuan dari spekulasi bisnis atau proyek yang mengidentifikasi faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan, pada faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman yang mendukung atau tidak dalam mencapai tujuan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang digunakan pada C.V. Sahabat Pangan dengan metode analisis SWOT.

C.V. Sahabat Pangan merupakan usaha yang dikelola berskala industri rumah tangga sejak tahun 2014 yang mengusahakan keripik pisang dan saat ini memproduksi 7.500 kg/bulan keripik pisang. C.V. Sahabat Pangan terletak di Klayatan Kelurahan Bandungrejosari Kecamatan Sukun Kota Malang. Bahan baku buah pisang berasal dari berbagai daerah yaitu, Kabupaten Malang, Blitar dan Kabupaten Kediri ketiga daerah tersebut merupakan sumber utama pemasok pisang sebagai bahan baku keripik pisang. Lokasi tempat produksi dengan lokasi tempat *finishing* berjauhan yaitu gunung kawi Desa Wonosari, Kecamatan Wonosari Kabupaten Malang sebagai tempat produksi keripik pisang, hasil produksinya dikirim ke Klayatan Kecamatan Kukun Kota Malang untuk dilakukan proses tahapan

selanjutnya yaitu pengemasan pelabelan sampai pada akhirnya didistribusikan kepada konsumen. Adapun mitra yang bekerja sama dengan C.V. Sahabat Pangan yaitu dengan PT Dua Kelinci, Cinema 21 dan Indomaret di Bali, ketiganya merupakan target pasar C.V. Sahabat Pangan.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Apa saja yang menjadi faktor kekuatan dan kelemahan pada usaha keripik pisang C.V. Sahabat Pangan di Klayatan Kelurahan Bandungrejosari Kecamatan Sukun Kota Malang?
2. Apa saja yang menjadi faktor peluang dan ancaman pada usaha keripik pisang CV. Sahabat Pangan di Klayatan Kelurahan Bandungrejosari Kecamatan Sukun Kota Malang?
3. Bagaimanakah strategi pemasaran pada usaha keripik pisang C.V. Sahabat Pangan dengan menggunakan analisis SWOT di Klayatan Kelurahan Bandungrejosari Kecamatan Sukun Kota Malang?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui faktor kekuatan dan kelemahan pada usaha keripik pisang C.V. Sahabat Pangan di Klayatan Kelurahan Bandungrejosari Kecamatan Sukun Kota Malang.

2. Untuk mengetahui faktor peluang dan ancaman pada usaha keripik pisang C.V. Sahabat Pangan di Klayatan Kelurahan Bandungrejosari Kecamatan Sukun Kota Malang.
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran pada usaha keripik pisang C.V. Sahabat Pangan di Klayatan Kelurahan Bandungrejosari Kecamatan Sukun Kota Malang.

1.4 Manfaat

1. Memberikan informasi mengenai faktor kekuatan dan kelemahan pada usaha keripik pisang C.V. Sahabat Pangan di Klayatan Kelurahan Bandungrejosari Kecamatan Sukun Kota Malang.
2. Memberikan informasi mengenai faktor peluang dan ancaman pada usaha keripik pisang C.V. Sahabat Pangan di Klayatan Kelurahan Bandungrejosari Kecamatan Sukun Kota Malang.
3. Memberikan informasi mengenai strategi pemasaran apa saja yang baik untuk pemasaran keripik pisang C.V. Sahabat Pangan di Klayatan Kelurahan Bandungrejosari Kecamatan Sukun Kota Malang.