

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Makanan alternatif yang dapat digunakan sebagai pengganti nasi adalah singkong. Pemilihan singkong berasal dari hasil produksinya yang produktif di Indonesia, yang mencapai 21 juta ton pada tahun 2015, seperti dilansir BPS. Karena singkong dapat menahan sedikit curah hujan, singkong dapat dibudidayakan hampir di mana saja di Indonesia. Kadar glukosa darah dipengaruhi oleh kandungan karbohidrat singkong yang tinggi (63,6 gram) dan kadar lemak rendah (0,3 gram) (Mutiyani et al., 2014).). Singkong memiliki hasil panen yang tinggi dan manfaat kesehatan yang dapat meningkatkan ketahanan pangan Indonesia. Dalam Rencana Strategis Kementerian Pertanian 2015-2019, disebutkan bahwa ketika perdagangan komoditas pangan Indonesia mengalami defisit atau menjadi net importer, komoditas yang paling banyak diimpor adalah gandum, kedelai, jagung, dan beras, sedangkan komoditas ekspor terbesar adalah singkong. Diversifikasi pangan untuk mengubah pola konsumsi masyarakat harus diimbangi dengan teknologi pengolahan pangan. Singkong dapat diolah menjadi berbagai produk seperti singkong rebus, goreng, bakar, kolak, gethuk, keripik, dan tape.

Tape adalah makanan tradisional Indonesia yang dihasilkan dari fermentasi bahan pangan berkarbohidrat seperti singkong dan ketan. Di antara keduanya, tape singkong lebih umum dibuat dibandingkan dengan tape ketan. Tape singkong dibuat dari ubi kayu, sedangkan tape ketan dapat dibuat dari ketan hitam atau putih. Pengupasan, pencucian, dan perebusan dilakukan untuk membuat tape singkong. Setelah matang, singkong dicampur dengan starter yang disebut "Ragi Tape" dan diinkubasi pada suhu ruang selama sekitar 72 jam atau tiga hari. Setelah proses inkubasi, tape singkong siap untuk dikonsumsi. Tape singkong merupakan produk fermentasi yang unik dibandingkan dengan produk

fermentasi singkong di negara lain. Tape singkong diolah dari jenis singkong yang tidak pahit dan dapat langsung dikonsumsi setelah difermentasi.

Usaha produktif milik individu atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro dikenal sebagai usaha mikro kecil (UMKM). Usaha ini padat karya, berskala kecil, dan mencakup berbagai jenis bisnis dan sektor ekonomi, seperti manajemen, teknologi, investasi, dan perlindungan hak cipta.

Di Dusun Pangkru, Desa Bendowulung, Kecamatan Sanankulon, Kabupaten Blitar, UMKM Jaya Lestari adalah usaha milik perorangan yang berfokus pada produksi makanan, terutama tape singkong. Perusahaan harus bersaing dengan perusahaan lain untuk mencapai target dan menjadi lebih unggul dalam persaingan bisnis yang semakin ketat.

Agar tujuan yang diharapkan tercapai, perusahaan harus menyusun strategi yang tepat dan sesuai. Dalam merumuskan strategi, berbagai faktor harus diidentifikasi secara sistematis. Salah satu metode yang digunakan adalah analisis SWOT, yang melibatkan analisis faktor internal dan eksternal untuk mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*).

Pada saat ini, UMKM Jaya Lestari saat ini menghadapi beberapa kendala, antara lain penggunaan peralatan produksi yang masih sederhana, belum melakukan promosi melalui media online dan hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, hambatan dalam proses distribusi dikarenakan kurangnya kendaraan pendistribusian.

Menyusun strategi pemasaran yang tepat menjadi hal yang penting untuk menghadapi persaingan dan memastikan kelangsungan usaha sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Oleh karena itu, penetapan alternatif strategi pemasaran menjadi penting untuk mendorong pelaku usaha agar dapat beroperasi secara optimal dalam menjalankan bisnis mereka.

Berdasarkan penjelasan di atas dengan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Jaya Lestari , peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**STRATEGI PEMASARAN TAPE SINGKONG DI UMKM JAYA LESTARI DESA BENDOWULUNG KECAMATAN SANANKULON KABUPATEN BLITAR**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini adalah beberapa kemungkinan pertanyaan berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan:

1. Bagaimana bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P produk tape singkong di UMKM Jaya Lestari?
2. Bagaimana analisa faktor internal dan eksternal pemasaran produk tape singkong di UMKM Jaya Lestari?
3. Bagaimana alternatif strategi pemasaran produk tape singkong di UMKM Jaya Lestari?

1.3 Tujuan

1. Mengidentifikasi bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P produk tape singkong di UMKM Jaya Lestari.
2. Menganalisis faktor internal dan eksternal dalam pemasaran tape singkong di UMKM Jaya Lestari.
3. Mengidentifikasi alternatif strategi pemasaran untuk tape singkong di UMKM Jaya Lestari

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dibagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Pemahaman tentang pendekatan pemasaran tape singkong yang digunakan oleh UMKM Jaya Lestari di Desa Bendowulung, Kecamatan Sanankulon, Kabupaten Blitar, diperkirakan akan tumbuh sebagai hasil dari penelitian ini. Selain itu, diperkirakan bahwa penelitian ini akan

membantu dalam kemajuan ilmu pengetahuan yang didasarkan secara teoritis di dalam dunia akademis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi UMKM Jaya Lestari

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam merumuskan strategi pemasaran produk alternatif.

b. Bagi penulis

Peneliti akan menerapkan teori-teori yang dipelajari dari UMKM Jaya Lestari terkait strategi pemasaran produk tape singkong.

c. Bagi pembaca

Penelitian ini juga menyediakan informasi dan referensi tentang strategi pemasaran