

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara agraris karena sumber daya alamnya yang melimpah dan kondisi alamnya yang lestari. Sebagian besar penduduk Indonesia berprofesi sebagai petani. Isbah & Iyan (2021) menyatakan bahwa salah satu sektor ekonomi yang paling signifikan adalah pertanian. Berbagai macam hasil pertanian, perkebunan, hewan, perikanan, dan hutan dapat ditemukan di Indonesia. Kekayaan sumber daya alam Indonesia mendorong pembangunan dan memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian nasional.

Hasil pertanian di Indonesia seringkali menunjukkan kualitas yang unggul dan mampu memenuhi permintaan baik di pasar lokal maupun internasional. Meskipun demikian, petani sering mengalami tantangan signifikan saat menghadapi masa panen besar-besaran, yang sering kali mengakibatkan peningkatan pasokan dan penurunan harga yang tak terkendali. Ironisnya, beberapa petani bahkan terpaksa mengalami kerugian besar dengan harus membuang hasil panen mereka karena harga yang terlalu rendah. Petani perlu terus berinovasi dengan mengolah hasil panen mereka menjadi produk bernilai tambah, seperti makanan olahan, produk obat-obatan, dan berbagai produk turunan lainnya, guna mengatasi masalah ini. Mereka tidak hanya dapat menghindari kerugian, tetapi juga dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian mereka.

Hortikultura sebagai subsektor pertanian yang penting setelah pangan, memegang peranan krusial dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia. Tanaman hortikultura tidak hanya menyediakan bahan pangan, tetapi juga menjadi sumber gizi yang tak tergantikan bagi masyarakat, mengandung karbohidrat, mineral, protein, dan vitamin yang diperlukan untuk kesehatan manusia (Pitaloka, 2020). Ketersediaan nutrisi ini menjadi fondasi bagi kelangsungan hidup manusia, dengan makanan yang dikonsumsi bisa berupa bahan makanan mentah maupun yang telah diolah. Peran hortikultura dalam menyediakan sumber gizi yang seimbang dan

beragam menjadi kunci bagi kesejahteraan dan kesehatan manusia, salah satunya dari buah Pisang.

Pisang merupakan buah yang mengandung vitamin C, air, dan serat berguna untuk tubuh manusia. Selain kandungan tersebut, pisang juga memiliki berbagai manfaat kesehatan. Konsumsi pisang dapat membantu menurunkan risiko penyakit jantung, mengatur tekanan darah, meningkatkan pencernaan, serta memberikan perasaan kenyang lebih lama. Namun, pisang tergolong buah yang mudah rusak, maka harus dilakukan pengolahan agar menjaga mutunya. Pengolahan pisang dapat berupa selai, manisan, dodol, dan sari buah pisang.

Adapun beberapa jenis pisang yang di pasarkan oleh UD Raja pisang yang beralamat di Jl. Jember Rt 003 Rw 004 Desa Tegalharjo - Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi yaitu Pisang Ambon, Pisang Raja, Pisang Susu, Pisang Berlin, Pisang Kepok, Pisang Kayu, Pisang Agung, dan lain - lain yang telah di salurkan kepada beberapa Toko Penjual Pisang yang ada di Bali, Denpasar dan di Kota Banyuwangi.

Berdasarkan data dari Dinas Pertanian dan Pangan, tahun lalu luas lahan tanaman pisang di Banyuwangi mencapai 4.733 hektare (ha) dengan total luas panen mencapai 2.433 ha.

Kemudian Berdasarkan data yang dilansir Badan Pusat Statistik (BPS) dalam buku bertajuk Banyuwangi dalam Angka Tahun 2021, produksi pisang menduduki peringkat kedua. Rinciannya, di tahun 2017 produksi pisang di Kabupaten Banyuwangi mencapai 178.441,5 ton, di tahun 2018 sebanyak 158.912,3 ton, serta di tahun 2019 dan 2020 berturut-turut sebesar 99.432,6 ton dan 153.160 ton.

Perencanaan Strategi pemasaran merupakan pondasi utama dalam menyusun perencanaan perusahaan secara holistik. Dengan mempertimbangkan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan, perencanaan komprehensif diperlukan untuk memberikan arahan bagi seluruh segmen perusahaan dalam menjalankan operasinya. Saat ini, strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh usaha buah pisang mencakup promosi melalui media sosial dan promosi offline, namun masih

terbatas pada daerah sekitar saja, belum mampu mencapai pasar yang lebih luas. Untuk mengatasi hal ini, pedagang Pisang di Desa Tegalharjo perlu mengembangkan strategi baru. Keunikan penelitian ini terletak pada objek dan lokasi penelitiannya, yaitu UD Raja Pisang di Desa Tegalharjo, Kecamatan Glenmore, Banyuwangi. Dengan memperdalam penelitian di lokasi ini, diharapkan dapat ditemukan strategi pemasaran yang lebih efektif dan inovatif untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan keberhasilan bisnis pisang di daerah tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, fokus masalah yang akan dibahas adalah:

1. Apa saja faktor internal dan faktor eksternal dalam pemasaran UD Raja Pisang di Desa Tegalharjo, Kecamatan Glenmore, Banyuwangi?
2. Strategi pemasaran seperti apa yang tepat untuk diterapkan pada UD Raja Pisang di Desa Tegalharjo, Kecamatan Glenmore, Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, fokus masalah yang akan dibahas adalah:

1. Menganalisis faktor Internal dan faktor eksternal dalam pemasaran UD Raja Pisang di Desa Tegalharjo, Kecamatan Glenmore, Banyuwangi.
2. Menyusun strategi pemasaran yang tepat pada UD Raja Pisang di Desa Tegalharjo, Kecamatan Glenmore, Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua stakeholder yang terlibat, termasuk:

1. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha, khususnya yang terlibat dalam usaha UD Raja Pisang di Desa Tegalharjo,

Kecamatan Glenmore, Banyuwangi, untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat dan efektif agar dapat bersaing dengan yang lain.

2. Bagi peneliti

memberikan tambahan pengetahuan dan pembelajaran yang aplikatif bagi mahasiswa Jurusan Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Selain itu juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mereka di masa depan setelah lulus.

3. Bagi pembaca

penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan sumber informasi untuk membandingkan dengan penelitian terdahulu maupun yang akan datang.

1.5 Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini disusun untuk memastikan pemahaman yang konkret dan spesifik mengenai variabel-variabel yang diteliti. dilakukan untuk mengetahui ruang lingkup pembahasan dalam penelitian. Fokus pada penelitian ini yaitu:

1. Strategi Pemasaran merupakan upaya untuk memasarkan suatu produk, yaitu barang atau jasa dengan menggunakan suatu taktik tertentu untuk meningkatkan volume penjualan suatu perusahaan.
2. UD Raja Pisang adalah sebuah Komunitas pedagang pisang dari beberapa dusun yang pekerjaan sehari-hari adalah Pedagang pisang keliling yang berasal dari setiap dusun yang bergabung jadi satu dalam UD Raja Pisang. Semua Pedagang Pisang mengumpulkan pisang-pisang dari tiap dusun dan di bawah ke UD Raja Pisang untuk dipasarkan ke luar kota atau luar Provinsi.
3. *Strengths* (Kekuatan) adalah keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh UD Raja Pisang di Desa Tegalharjo, Kecamatan Glenmore, Banyuwangi.
4. *Kelemahan (Weakness)* merujuk pada keterbatasan-keterbatasan dalam sumber daya, kapasitas, dan keterampilan yang mungkin menghambat

kinerja dan produktivitas usaha UD Raja Pisang di Desa Tegalharjo, Kecamatan Glenmore, Banyuwangi.

5. *Opportunities* (Peluang) adalah situasi atau peluang penting dalam lingkungan usaha UD Raja Pisang yang dapat menguntungkan usaha tersebut.
6. Ancaman (Threats) merujuk pada situasi yang berpotensi merugikan atau faktor-faktor negatif dalam lingkungan usaha UD Raja Pisang yang tidak menguntungkan..
7. Analisis SWOT adalah sebuah pendekatan analisis untuk menentukan formulasi strategi pemasaran perusahaan di masa yang akan datang. Analisis SWOT juga dapat untuk mengetahui posisi perusahaan dalam pasar Berdasarkan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

