

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pisang merupakan salah satu komoditas hortikultura yang melimpah di Kabupaten Nganjuk. Hasil pertanian hortikultura yang mempunyai nama latin *Musa paradisiaca* hampir dapat dijumpai di setiap kecamatan di Kabupaten Nganjuk. Pada Tahun 2012 produksi pisang di Kabupaten Nganjuk, menurut BPS Kabupaten Nganjuk pisang menduduki urutan pertama dengan hasil produksi 185.568 kwintal dari pada hasil hortikultura lainnya seperti, durian, mangga, jambu biji, belimbing dll (BPS Kabupaten Nganjuk ATAP 2012).

Pada tahun 2015 produksi pisang di Kabupaten Nganjuk mencapai 6.802 ton pisang (BPS Kabupaten Nganjuk 2016). Angka produksi pisang yang mencapai 6.802 ton, menunjukkan potensi dari buah pisang yang besar. Tanaman pisang memiliki banyak manfaat dari daun sampai dengan akarnya, terutama yang banyak di konsumsi dan dimanfaatkan adalah buahnya. Sedangkan bagian yang lain seperti daun, kulit buah, batang, jantung dan bonggolnya jarang sekali di manfaatkan. Pada bonggol pisang memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi, kandungan gizi yang dimiliki bonggol pisang adalah karbohidrat (66,2%), protein, air, dan mineral-mineral penting lainnya (Wulandari *et al* 2009).

Pemanfaat pisang menurut Putri *et al* (2015) bisa sebagai sale, *jam* (selai), tepung, keripik, dan olahan-olahan lainnya yang memanfaatkan pisang sebagai bahan utamanya. Menurut Aji (2012) Keripik merupakan produk makanan ringan yang terbuat dari berbagai bahan dasar seperti pisang. Keripik ialah makan yang disukai oleh masyarakat Indonesia yang pada umumnya dijadikan sebagai makan ringan atau camilan yang mudah untuk dikonsumsi. Banyak jenis keripik yang mudah dijumpai di pasaran seperti, keripik buah, keripik tempe, keripik kentan dan masih banyak jenis keripik lainnya. Keripik juga dapat dibuat dari bonggol pisang seperti keripik yang diproduksi oleh UKM Moh Roji di Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk .



Gambar 1.1 Keripik Bonggol Pisang AFA UKM Moh Roji

Usaha Kecil Menengah (UKM) Moh Roji merupakan salah satu dari 5.724 UKM di Kabupaten Nganjuk (BPS Kabupaten Nganjuk 2016). UKM Moh Roji memanfaatkan tanaman pisang sebagai olahan, akan tetapi yang di ambil dari tanaman pisang adalah bonggol pisang. Bonggol pisang diolah menjadi berbagai produk di antaranya kripik bonggol pisang. UKM Moh Roji melakukan produksi dalam satu minggu 3 kali dengan proses sekali produksi 2 hari.

Hasil dari produksi UKM Moh Roji di pasarkan di area kecamatan Loceret, Nganjuk Kota serta beberapa kecamatan lainnya seperti Sawahan Tanjung Anom, Pace dan kawasan Kabupaten Nganjuk pada umumnya. Pada tahun 2017 penjualan keripik bonggol pisang UKM Moh Roji mengalami ketidak stabilan pada penjualannya. Ketidak stabilan penjualan pada tahun 2017 setelah kemasan dan harga keripik bonggol pisang berubah.

Sering terjadi *flutuaktif* pada penjualan keripik bonggol pisang Moh Roji. Penjualan yang terendah pada tahun 2017 terjadi di bulan Februari hanya terjual 876 bungkus dan yang tertinggi di tahun 2017 pada bulan April terjual 1.211 bungkus. Sehingga ancaman kebangkrutan sering terjadi karena volume penjualan tidak stabil yang bisa dikatakan lebih sering mengalami penurunan, serta kapasitas produksi 1200 bungkus setiap bulan tidak bisa terjual semua. Data penjualan keripik bonggol pisang yang *flutuaktif* dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Penjualan Keripik Bonggol Pisang 4 Tahun Terakhir.

Bulan	Tahun			
	2015	2016	2017	2018
Januari	1117	1181	998	900
Februari	900	1100	876	987
Maret	1012	900	1100	1112
April	975	1200	1211	1018
Mei	1200	2111	987	960
Juni	1350	1150	879	1004
Juli	1117	987	1100	908
Agustus	1000	985	1113	1032
September	1111	929	1122	1012
Oktober	800	2100	987	976
November	900	1100	987	977
Desember	1200	1200	990	1123
Jumlah	12682	14943	12350	12009

Data Penjualan Keripik Bonggol Pisang 2018.

Menurut BPS Kabupaten Nganjuk (2016) jumlah industri pengolahan pangan mencapai 6.008 industri selama tahun 2016 yang diperkirakan akan mengalami kenaikan di 2018. Sedangkan di Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk terdapat 85 industri keripik akan tetapi 85 industri tersebut hanya sebagian yang terdaftar di Dinas Indakop dan UKM (BPS Kecamatan Loceret Dalam Angka 2017). Dengan semakin banyaknya industri pangan tentunya ancaman persaingan akan semakin ketat. Akan mempengaruhi di penghasilah UKM Moh Roji jika tidak segera di tangani maka lambat laun UKM Moh Roji akan mengalami kebangkrutan karena kalah bersaing dengan industri pangan lainnya.

Untuk mempertahankan produknya dipasaran agar mampu bersaing dengan produk kripik lainnya UKM Moh roji melakukan beberapa upaya salah satunya dengan promosi. Promosi yang dilakukan menggunakan brosur dan memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya. Akan tetapi hasil yang didapatkan kurang maksimal. Maka perlu dilakukan upaya lain untuk mempertahankan produk keripik bonggol pisang UKM Moh Roji di pasaran.

Semakin ketatnya persaingan dan upaya yang telah dilakukan oleh UKM Moh Roji mendorong UKM Moh Roji untuk lebih serius dalam merancang strategi pemasaran khususnya bauran pemasan yang meliputi 4 P (*Produk, Place, Price dan Promotion*). Bauran pemasan adalah alat bagi pemasar yang meliputi

berbagai unsur yang perlu dipertimbangkan agar saat implementasi strategi pemasaran dan positioning yang di tetapkan dapat berjalan sukses dan berpengaruh terhadap volume penjualan suatu perusahaan. Bauran pemasaran adalah strategi mencapur kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi yang tepat untk mendatangkan hasil paling memuaskan (Alma 2000).

Melihat pentingnya penerapan bauran pemasaran terhadap peningkatan penjualan, maka penulis tertarik untuk mengamati dan membahas lebih detail mengenai bauran pemasan dalam menyelesaikan tugas akhir kuliah. Dari latar belakang yang ditelah dijelaskan, maka penulis mengambil judul **“ANALISIS BAURAN PEMASARAN YANG MEMPENGARUHI PENJUALAN KRIPIK BONGGOL PISANG (*Musa paradisiaca*) (Studi Kasus UKM Moh Roji)”**

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan pada produk keripik bonggol pisang di UKM Moh Roji Loceret Nganjuk.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah sebagai berikut :

- 1) Apakah bauran pemasaran (produk, harga, tempat/lokasi dan promosi) berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan penjualan kripik bonggol pisang UKM Moh Roji ?
- 2) Variabel bauran pemasaran (produk, harga, tempat/lokasi dan promosi) manakah yang paling berpengaruh terhadap penjualan kripik bonggol pisang UKM Moh Roji ?

1.4 Tujuan Penelian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dikemukakan maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana penerapan bauran pemasaran pada kripik bonggol pisang UKM Moh Roji ?
- 2) Untuk mengetahui variabel bauran pemasaran (produk, harga, tempat/lokasi dan promosi) manakah yang paling berpengaruh terhadap penjualan kripik bonggol pisang Moh Roji ?

1.5 Manfaat penelitian

- 1) Penelitian ini bisa dijadikan sebagai sarana untuk menerapkan teori yang diperoleh dibangku kuliah.
- 2) Penelitian ini diharapkan untuk menjadi sumber informasi untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan kripik bonggol pisang UKM Moh Roji.