

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara agraris yang memiliki kekayaan sumber daya alam melimpah, termasuk dalam sektor pertanian dan perkebunan. Salah satu komoditas unggulan yang banyak dibudidayakan di Indonesia adalah pisang. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), produksi pisang di Kota Depok menunjukkan peningkatan yang fluktuatif selama beberapa tahun terakhir. Berikut adalah data produksi pisang dari tahun 2019 hingga 2023:

Tabel 1.1 Data Produksi Pisang

Tahun	Produksi (Kuintal)
2019	2.748
2020	3.156
2021	2.298
2022	2.486
2023	11.063

Sumber: [BPS 2024](#)

Fluktuasi produksi pisang dari 2.748 ke 3.156, kemudian turun ke 2.298, naik sedikit ke 2.486, dan akhirnya melonjak tajam ke 11.063 menunjukkan adanya dinamika signifikan dalam industri pisang. Fluktuasi produksi pisang menunjukkan tantangan dalam pasokan bahan baku akibat faktor cuaca atau kebijakan pertanian. Namun, lonjakan produksi dapat menjadi peluang bagi Pisang Abi untuk memperluas kapasitas dan diversifikasi produk. Dalam menghadapi ketidakstabilan ini, Pisang Abi perlu menerapkan strategi SWOT, STP, dan QSPM agar dapat menyesuaikan produksi, menjaga kualitas, dan mempertahankan daya saing. Selain itu, dengan meningkatnya produksi pisang, persaingan di industri makanan olahan juga semakin ketat, sehingga inovasi produk, penguatan branding, serta pemasaran digital menjadi langkah penting agar Pisang Abi tetap unggul di pasar.

Seiring dengan meningkatnya tren gaya hidup praktis dan konsumsi makanan ringan, produk olahan pisang seperti pisang goreng dengan berbagai varian rasa dan keripik pisang semakin diminati oleh masyarakat. Hal ini menjadi peluang bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan

bisnisnya di sektor kuliner berbasis pisang. Salah satu UMKM yang bergerak di bidang ini adalah Pisang Abi, yang berfokus pada produksi olahan pisang dengan berbagai varian rasa yang inovatif.

Sebagai UMKM yang bergerak dalam industri makanan ringan, Pisang Abi menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan bisnisnya, terutama dalam hal persaingan pasar. Banyaknya pelaku usaha sejenis yang menawarkan produk serupa membuat persaingan di industri ini semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan strategi bisnis yang tepat agar Pisang Abi dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ada. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis dan merumuskan strategi bisnis yang efektif adalah kombinasi analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*), STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*), dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Melalui analisis ini, perusahaan dapat memahami kondisi internal dan eksternal bisnisnya serta menentukan strategi yang paling sesuai untuk diterapkan.

Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Pisang Abi dalam menjalankan bisnisnya. Dengan memahami aspek-aspek ini, perusahaan dapat mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang dimiliki serta mengatasi kelemahan yang ada (Salsabila, 2023). Sementara itu, STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) akan membantu Pisang Abi dalam menentukan segmen pasar yang paling potensial, menargetkan pelanggan yang tepat, serta memposisikan produknya agar lebih unggul dibandingkan pesaing. Strategi pemasaran yang berbasis STP sangat penting untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen.

Selanjutnya, setelah strategi alternatif diperoleh dari analisis SWOT, metode QSPM digunakan untuk menentukan strategi prioritas yang paling efektif bagi Pisang Abi. QSPM adalah alat perencanaan strategis kuantitatif yang membantu dalam pengambilan keputusan dengan memberikan bobot dan nilai terhadap berbagai alternatif strategi (Lerian, 2024). Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat mengidentifikasi strategi yang memiliki dampak paling besar dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnisnya. Oleh karena itu, penelitian

ini akan mengkaji bagaimana penerapan SWOT, STP, dan QSPM dapat membantu Pisang Abi dalam merumuskan strategi bisnis yang optimal.

Selain menghadapi tantangan persaingan, Pisang Abi juga harus menyesuaikan diri dengan tren pasar yang terus berubah. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengutamakan kualitas, variasi produk, dan kemudahan akses melalui platform digital menjadi faktor penting yang harus diperhatikan. Digitalisasi pemasaran, seperti pemanfaatan media sosial dan e-commerce, menjadi salah satu peluang besar yang dapat dimanfaatkan oleh Pisang Abi untuk meningkatkan jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Namun, di sisi lain, adaptasi terhadap tren ini juga memerlukan strategi yang matang agar dapat berjalan efektif dan memberikan dampak yang maksimal bagi bisnis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara akademis maupun praktis. Dari sisi akademis, penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai penerapan strategi bisnis berbasis analisis SWOT, STP, dan QSPM dalam konteks UMKM di sektor kuliner. Sementara itu, secara praktis, penelitian ini dapat menjadi panduan bagi Pisang Abi dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan berbasis data. Dengan hasil penelitian ini, diharapkan Pisang Abi dapat meningkatkan daya saingnya, memperluas jangkauan pasar, serta mencapai pertumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan berfokus pada **“Strategi Pengembangan Bisnis Pisang Abi: Tinjauan SWOT, STP, dan QSPM untuk Keunggulan Kompetitif”**. Penelitian ini akan mengeksplorasi kondisi internal dan eksternal perusahaan, merumuskan strategi pemasaran yang sesuai, serta menentukan strategi prioritas yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing bisnis di pasar. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran komprehensif mengenai strategi bisnis yang optimal bagi Pisang Abi, tetapi juga dapat menjadi referensi bagi UMKM lain yang bergerak di bidang yang sama untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih baik di masa depan.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa tantangan yang dihadapi dalam penelitian ini dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Persaingan yang Ketat di Industri Olahan Pisang.
2. Kurangnya Diferensiasi Produk.
3. Segmentasi Pasar yang Belum Optimal.
4. Strategi Pemasaran yang Masih Konvensional.
5. Belum Maksimalnya Pemanfaatan SWOT dalam Perencanaan Bisnis.
6. Ketidakjelasan Posisi Merek di Pasar (*Positioning*).
7. Kurangnya Data Kuantitatif dalam Pengambilan Keputusan Strategis.
8. Keterbatasan Kapasitas Produksi dan Distribusi.
9. Minimnya Kemitraan dan Kolaborasi dengan Pihak Lain.
10. Kurangnya Evaluasi Terhadap Efektivitas Strategi Bisnis yang Telah Dijalankan.

1.3 Ruang Lingkup/Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta permasalahan yang telah diidentifikasi, penelitian ini memiliki ruang lingkup dan batasan yang ditetapkan sebagai berikut:

1. Fokus pada analisis strategi bisnis dengan pendekatan SWOT, STP, dan QSPM.
2. Terbatas pada wilayah dan skala UMKM Pisang Abi.
3. Periode penelitian dan sumber data yang digunakan adalah periode tahun 2024.

1.4 Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi bisnis Pisang Abi berdasarkan analisis SWOT?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk Pisang Abi berdasarkan pendekatan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*)?

3. Strategi bisnis apa yang menjadi prioritas bagi Pisang Abi berdasarkan hasil analisis QSPM?

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Dengan merujuk pada latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, serta rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka maksud dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis kondisi internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis Pisang Abi.
2. Menentukan strategi pemasaran yang efektif berdasarkan pendekatan STP (Segmenting, Targeting, Positioning).
3. Menentukan strategi prioritas yang paling efektif dengan menggunakan QSPM.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Dengan merujuk pada latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, serta rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengungkap faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi Pisang Abi, sehingga perusahaan dapat memahami kondisi bisnisnya dengan lebih baik dan menentukan langkah strategis yang sesuai.
2. Untuk membantu Pisang Abi dalam mengidentifikasi segmen pasar yang paling potensial, menentukan target pelanggan yang sesuai, serta membangun citra merek yang kuat agar lebih unggul dibandingkan kompetitor.
3. Untuk mengevaluasi dan memilih strategi bisnis yang paling efektif berdasarkan hasil perhitungan QSPM, sehingga Pisang Abi dapat mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki serta meningkatkan daya saingnya di pasar makanan olahan berbasis pisang.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah ilmu dan wawasan pengetahuan di bidang manajemen strategi.
2. Bagi pemilik usaha Pisang Abi, hasil dari penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi dan masukan untuk pemilik dalam menerapkan strategi usaha.
3. Penelitian ini dapat membantu melengkapi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada manajemen strategi.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai proposal penelitian ini, maka isi proposal penelitian disusun secara sistematis dan dikelompokkan ke dalam beberapa subbab dengan struktur penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, ruang lingkup atau batasan masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan, manfaat serta sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang berupa pengertian dari definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain dan jenis penelitian, objek, jadwal dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data penelitian, populasi dan sampel penelitian, operasional variabel, metode pengumpulan data dan metode pengolahan / analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.

LAMPIRAN

Berisi tentang angket yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data terkait strategi pengembangan bisnis Pisang Abi berdasarkan analisis SWOT, STP, dan QSPM guna mencapai keunggulan kompetitif.