

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Peningkatan kebutuhan pangan nasional sejalan dengan jumlah penduduk Indonesia. Cara mengantisipasi ketersediaan pangan ialah dengan menggalakkan kembali pemahaman mengenai konsep diversifikasi pangan. Diversifikasi pangan adalah penganeekaragaman produksi tanaman non beras, khususnya palawija (ubi kayu, jagung dan ubi jalar) (Sari, 2004).

Propinsi Jawa Barat termasuk pusat produksi ubi jalar terbesar di Indonesia diikuti dengan Propinsi Jawa Tengah, Jawa Timur, Irian jaya dan juga Sumatra Utara. (Maulana *et al*, 2011). Desa Cikarawang adalah salah satu produsen ubi jalar terbesar ketiga pada Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor setelah Kecamatan Pamijahan dan Kecamatan Cibungbulan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2020) luas panen ubi jalar pada Desa Cikarawang sebanyak 251 ha menggunakan Produktivitas ubi jalar sebesar 171,23 kuintal/ha dan produksi sebanyak 4.292 ton.

Gapoktan Mandiri Jaya merupakan agribisnis tanaman pangan yang bertempat di Desa Cikarawang, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor yang berdiri pada tanggal 7 September 2007. Gapoktan Mandiri Jaya menjalankan usaha dalam subsektor pertanian menggunakan komoditas utamanya yaitu ubi jalar dan komoditas pendukung seperti, singkong, kacang tanah, padi, dan jambu kristal. Kegiatan bisnis Gapoktan Mandiri Jaya diawali dari persiapan lahan, budidaya, pengambilan hasil panen hingga proses pemasaran produk primer dan produk olahan ke daerah Jakarta, Bogor, dan sekitarnya. Keanggotaan Gapoktan Mandiri Jaya terdiri dari : Poktan Hurip, Poktan Setia, Poktan Subur Jaya, Poktan Mekar, Poktan Subur Makmur, KWT Melati, KWT Mawar serta KWT Dahlia. KWT Melati membuat hasil olahan produk berupa minuman sari ubi ungu, kripik daun ubi jalar, brownies ubi jalar dan juga cookies ubi jalar. Salah satu olahan tanaman ubi jalar yang cukup terkenal pada KWT Melati ialah brownies yang telah berdiri sejak tahun 2009.

Brownies ubi jalar berbahan dasar dari tepung terigu dan ubi jalar. Ubi jalar memiliki tekstur yang lembut dan memiliki kandungan gizi yang banyak sehingga ubi jalar dapat digunakan sebagai bahan campuran pembuatan brownies.

Ubi jalar mengandung antosianin yang berfungsi sebagai antioksidan, antikanker, antibakteria, mempunyai daya perlindungan terhadap kerusakan hati, jantung dan stroke (Arya, 2021). Anak-anak hingga dewasa aman untuk mengonsumsi ubi jalar.

Tepung ubi jalar putih dipilih sebagai olahan brownies karena memiliki beberapa keunggulan, antara lain : serat makanan yang terkandung relatif tinggi disertai juga indeks glikemik yang rendah sehingga lebih lambat dicerna dan meningkatkan kadar gula darah. Sifat prebiotik pada serat eratnya makanan yang terdapat dalam ubi jalar putih merangsang pertumbuhan bakteri yang baik bagi usus sehingga penyerapan zat gizi menjadi lebih baik dan usus lebih bersih.

Terdapat faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang ada pada usaha brownies ubi jalar KWT Melati. Kekuatan yang terdapat pada usaha brownies ubi jalar antara lain : produk yang dihasilkan bervariasi, kemasan produk telah mencantumkan label halal dari MUI, bahan baku ubi jalar mudah didapatkan dan harga produk yang terjangkau yaitu sebesar Rp 35.000. Kelemahannya antara lain: sumber daya manusia yang belum terampil, skala produksi yang masih kecil dan hanya tinggi pada musiman, masih menggunakan alat yang sederhana, tidak ada hubungan kerjasama dengan Investor dan tidak menggunakan jasa promosi. Terdapat pula faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang ada pada usaha brownies ubi jalar KWT Melati. Peluang yang terdapat pada usaha brownies ubi jalar antara lain : ketersediaan bahan baku yang berkelanjutan, daya beli masyarakat pada tahun 2022 meningkat, perkembangan teknologi dan tersedianya jaringan internet yang lancar, terdapat pelatihan pembudidayaan dan pengolahan tanaman ubi jalar dari dinas pertanian serta ubi jalar merupakan komoditi unggulan di Kabupaten Bogor. Ancamannya antara lain: munculnya produk olahan lain, potensi munculnya usaha sejenis, pengetahuan masyarakat yang minim tentang manfaat ubi jalar, selera konsumen yang berubah mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan pembelian dan kecenderungan konsumen berbelanja produk brownies ubi jalar rendah.

Usaha brownies ubi jalar memiliki prospek untuk dikembangkan supaya memiliki cabang di luar kota Bogor sebab usaha tersebut merupakan satu-satunya pembuat brownies ubi jalar yang ada di Dramaga. Sejak dua tahun belakangan ini, brownies ubi jalar yang dibuat pada KWT Melati ini hanya memproduksi 50 kotak sedangkan saat sebelum pandemi bisa memproduksi rata-rata 200 kotak setiap dua

minggu sekali. Berdasarkan jumlah permintaan tersebut, menjadikan peluang yang dimiliki KWT Melati ini cukup tinggi, akan tetapi penjualan brownies ubi jalar ini masih menggunakan sistem pre order untuk meminimalisir kerugian jika sewaktu-waktu produk tidak laku. Strategi pemasaran yang dilakukan KWT Melati ini sudah melalui *online* (whatsapp, instagram, tokopedia dan shopee). Perlu dilakukan penelitian pada usaha tersebut untuk membantu pemilik usaha dalam membuat alternatif strategi pemasaran yang relatif efektif sehingga usaha ini dapat berkembang. Alternatif yang dapat dilakukan yaitu memperluas promosi serta memberikan diskon.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apa sajakah faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran usaha brownies ubi jalar di KWT Melati?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang efektif pada usaha brownies ubi jalar di KWT Melati?

Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran pada usaha brownies ubi jalar di KWT Melati?
2. Menganalisis strategi pemasaran yang efektif pada usaha brownies ubi jalar di KWT Melati?

Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian ini antara lain:

1. Menambah pengetahuan bagi penulis tentang usaha brownies ubi jalar serta memberikan informasi kepada pemilik usaha dalam melakukan perencanaan dan pengaturan strategi pemasaran yang lebih efektif dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah wawasan serta sebagai bahan informasi atau rujukan untuk peneliti yang akan datang.