

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketahanan pangan nasional merupakan daya tahan suatu bangsa untuk menanggung seluruh penduduknya agar mendapatkan pangan yang layak, kualitas yang terjamin berbasis pada pengoptimalan manfaat dan atas dasar pada keunikan dari produk makanan lokal yang ada. Dengan adanya kebutuhan pangan yang semakin tinggi menjadi tantangan tersendiri bagi para pihak untuk memenuhinya, disebabkan oleh semakin masifnya pengalihfungsian lahan pertanian menjadi tempat nonpertanian ataupun bangunan lainnya. Di sisi lain, kurangnya kandungan gizi pada produk makanan menjadi penyebab adanya kondisi tubuh yang lemah dalam menjalani aktivitas, tidak seperti layaknya orang dengan gizi terpenuhi (Suharyanto, 2011).

Kelangsungan hidup manusia membutuhkan bahan makanan dalam proses pertumbuhan. Bahan makanan dapat diperoleh dari sumber hewani dan nabati, protein yang bersumber dari hewani antara lain daging sapi, daging ayam, dan telur. Ragam konsumsi protein dari hewan yang tinggi adalah salah satu ciri pola konsumsi pangan dari negara-negara yang sudah maju. Pola konsumsi protein kurang memperoleh atensi secara serius, bahkan arti protein yang bermakna yang utama, yang pertama, atau yang terpenting, belum terlalu dipahami. Aspek kelaparan di mana yang dilaporkan oleh Indeks Kelaparan Global, bagi negara-negara berkembang dapat dilihat sebagai akibat dari kurangnya konsumsi protein hewani (Kouřimská dan Adámková, 2016).. Protein memiliki fungsi yang sangat penting dalam keberlangsungan hidup manusia. Protein hewani merupakan protein kompleks atau protein yang memiliki nilai biologi tinggi sebab terdapat kandungan berbagai jenis asam amino penting dengan jumlah yang baik untuk pertumbuhan. Bahan makanan nabati terdiri dari

beras, jagung, kacang-kacangan, dan sereal yang merupakan protein bermutu rendah, protein tidak lengkap, atau tidak memiliki kandungan semua jenis asam amino esensial yang diperlukan dalam proses pertumbuhan manusia (Ernawati, dkk. 2016).

Sesungguhnya, ada beberapa produk lokal yang kandungan gizi yang tinggi antara lain ulat jati, belalang dan sarang lebah namun produk ini belum dikenal dan produk ulat jati, belalang dan sarang lebah meskipun sudah dijual ditepi jalan raya Kabupaten Tuban dan warung makan tidak secara otomatis semua orang mau membeli, hanya orang yang sudah mengenal dan suka sebelumnya dari desa serta terbiasa memakan produk makanan tersebut. Tetapi bagi orang yang baru melihat dan baru mengenal jenis produk makanan tersebut tidak secara otomatis mau membeli karena jenis makanan ini tidak umum dikonsumsi oleh masyarakat karena untuk melihat jenis produk makanan tersebut sudah menjijikkan, mengerikan, kurang menarik, masyarakat tidak terbiasa untuk mengkonsumsinya dan tidak nafsu makan karena tumbuhnya di daerah tertentu antara lain di Desa Guwoturus, Kecamatan Montong, Kabupaten Tuban, Desa Suru, Kecamatan Dawar, Kabupaten Mojokerto dan Desa Jembul, Kecamatan Jatirejo, Kabupaten Mojokerto (Huis, 2017).

Kandungan gizi pada produk ulat jati mengandung terdiri dari protein sebanyak 13,9%, lemak 2,3%, serat 2,4%, abu 1,0% dan air 75,1% (Selly, 2019). Pada produk belalang mengandung protein 23,6 g, lemak 6,1 g, kalsium 35,2 mg dan zat besi 5 mg (Susanto, 2012) Sedangkan kandungan gizi pada produk sarang lebah mengandung protein 3 g, sodium 563 mg, mineral 115 mg, karbohidrat 89 g dan kalori 100 g (Fajar, 2016).



Gambar 1.1 Produk Makanan Yang Berbasis Serangga (*Edible Insects*)

Penjual makanan yang berbasis serangga (*edible insects*) bisa ditemukan beberapa daerah antara lain di Kabupaten Tuban dan Kabupaten Mojokerto. Produk ulat jati, belalang dan sarang lebah dapat diolah menjadi tumis ulat jati, ulat jati goreng, belalang goreng, oseng-oseng sarang lebah dan botok sarang lebah. Harga produk makanan yang berbasis serangga (*edible insects*) dijual dengan harga dari Rp.7.500-Rp.35.000 per 100 gram dengan bermacam cara penyajian dari disajikan pada piring, daun pisang dan kemasan yang higienis (Fatmawati, 2018).

Bahwa produk ulat jati, belalang dan sarang lebah meskipun sudah dijual Ditepi jalan raya Kabupaten Tuban dan warung makan tetapi tidak semua orang mau membeli, hanya orang yang sudah mengenal dan suka sebelumnya dari desa serta terbiasa memakan produk makanan tersebut sehingga dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk jenis produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah yang memiliki potensi untuk menimbulkan kerugian secara ekonomi (Huis, 2017).. Sehingga dibutuhkan peran suatu strategi pemasaran yang tepat dari sebuah usaha bisnis untuk memenangkan persaingan, karena bukanlah hal yang mudah menjual produk

khususnya produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah (Prawitasari, 2010).

Oleh karena itu, peneliti akan meneliti mengenai “Strategi Pemasaran Produk Makanan Yang Berbasis Ulat Jati, Belalang Dan Sarang Lebah (*Edible Insects*)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan referensi studi pustaka produk makanan seperti ulat jati goreng, belalang goreng dan oseng-oseng sarang lebah terletak di Provinsi Jawa Timur antara lain di, Kabupaten Tuban dan Kabupaten Mojokerto tidak secara otomatis semua orang mau membeli walaupun sudah dijual Ditepi jalan raya Kabupaten Tuban dan warung makan. Maka diperlukan penelitian strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk produk-produk jenis makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah karena tidak semua orang suka, mau membeli dan mau mengkonsumsi.

Berikut rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya :

1. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk jenis produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah?
3. Bagaimana upaya penetrasi pasar dalam meningkatkan volume penjualan produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis persepsi masyarakat terhadap produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah.

2. Menganalisis strategi pemasaran yang tepat untuk jenis produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah.
3. Menganalisis upaya penetrasi pasar dalam meningkatkan volume penjualan produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti
 - a. Diharapkan dapat memperluas wawasan, mengembangkan ilmu pengetahuan, pengalaman dan meningkatkan kemampuan berfikir kritis terutama mengenai ilmu strategi pemasaran produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah.
 - b. Sebagai bentuk implementasi dari ilmu yang telah diperoleh selama masih kuliah.
 - c. Sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian kelulusan sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bagi Perguruan Tinggi
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, dan sebagai bahan kajian bagi lembaga kampus dalam mengevaluasi kurikulum yang diberikan.
 - b. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur dan perkembangan penelitian selanjutnya.
3. Bagi Masyarakat, Produsen dan Konsumen

Diharapkan bisa dijadikan bahan evaluasi dan informasi bagi masyarakat, produsen dan konsumen produk makanan yang berbasis ulat jati, belalang dan sarang lebah dan pihak-pihak yang berkepentingan.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini dapat dikerjakan dengan lebih fokus, menyeluruh dan detail maka peneliti memandang permasalahan penelitian yang ditetapkan perlu adanya pembatasan lokasi penelitiannya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya di Kabupaten Tuban dan Kabupaten Mojokerto.