

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Seiring berkembangnya zaman persaingan yang terjadi pada dunia bisnis kini semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jenis usaha yang berdiri saat ini. Untuk itu pelaku bisnis harus memiliki konsep strategi yang berbeda untuk pengembangan produknya. Perkembangan produk yaitu suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menghadapi kemungkinan dalam melakukan perubahan pada sebuah produk kearah yang lebih baik lagi agar mampu memberikan manfaat dan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Dengan demikian perusahaan harus mampu membuat produk yang unggul, adapun produk unggulan perusahaan berupa produk yang lebih berkualitas, harga yang lebih murah, pembuatan produk yang cepat, serta pelayanan yang baik dan memuaskan, sehingga konsumen lebih puas terhadap produk atau pelayanan yang diterima.²

Disamping itu para pebisnis harus melakukan suatu strategi yang tepat dalam melakukan pemasaran produknya. Kebutuhan dan tuntutan pasar yang tinggi membuat para pelaku usaha harus terus berinovasi untuk melakukan pengembangan produknya. Produk-produk yang lama harus terus di inovasi dan produk yang baru juga harus terus dikembangkan.

² Temmy Wijaya dan Ana Maghfiroh, "Strategi Pengembangan Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi (Studi pada Tape Wangi Prima Rasa" di Binakal Wonosobo)", Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan, Vol. 2 No. 1, 2018 ,hal. 87-98

Seperti halnya produk gula merah. Saat ini gula merah sangat bervariasi yakni gula jawa, gula aren, dan gula tebu dan bahkan beragam bentuknya. Perkembangan zaman tersebut yang menuntut agar para pengusaha saat ini lebih berinovasi dan kreatif dalam menghasilkan suatu produk yang bervariasi dan memiliki bentuk beraneka ragam pada barang yang di produksinya.

Untuk itu para pelaku usaha harus pandai dalam membaca situasi dimasa yang akan datang dan mampu untuk menyesuaikan usahanya pada peluang-peluang yang ada. Agar dapat menarik daya beli konsumen, setiap perusahaan harus menawarkan produknya kepada setiap calon pembeli. Walaupun banyak perusahaan yang menghasilkan produk yang sama akan tetapi setiap perusahaan pasti memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri pada setiap produknya. Dengan demikian perusahaan dapat bersaing dipasaran. Konsumen akan melakukan pembelian jika produk yang dihasilkan memiliki keunggulan dan kelebihan dari produk dari yang lainnya.

Agar terciptanya sebuah produk yang memiliki nilai jual dan daya saing yang tinggi perusahaan harus mempersiapkan strategi yang tepat untuk pengembangan produknya. Maka dari itu suatu perusahaan harus menggunakan sumber daya yang ada secara optimal dan melakukan pengembangan produk untuk mempertahankan eksistensi perusahaan. Pengembangan desain dan rancangan produk yang baik dari segi kualitas

dan mutunya merupakan salah satu kunci kesuksesan di dunia bisnis.³ Maksud dari konsep ini yaitu perusahaan harus memfokuskan kegiatannya untuk memproduksi produk yang akan di jual kepada konsumen sesuai yang diinginkan pasar dengan tujuan agar mendapatkan laba yang di inginkan dan meningkatkan volume penjualan. Volume penjualan merupakan suatu hasil penjualan yang telah dihasilkan oleh perusahaan dalam rangka proses pemasaran atau merupakan suatu bagian dari hasil program pemasaran secara keseluruhan. Volume penjualan juga adalah hasil yang dicapai oleh perusahaan dari waktu ke waktu pada umumnya tetap, tetapi selalu naik turun.⁴ Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit, tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba meningkat tetapi sebaliknya apabila volume penjualan menurun, maka pencapaian laba perusahaan juga menurun.⁵

Memproduksi gula merah dari tebu bukan hal yang baru bagi masyarakat Tulungagung. Pembuatan gula merah sudah ada sejak zaman dahulu. Seiring perkembangan pembuatan gula merah yang dulunya dari kelapa, aren, dan tebu sekarang hampir sepenuhnya suatu industri memproduksi gula merah dari tebu. Meskipun diberbagai daerah mampu

³ Endang Sulistyia Rini, "Peran Pengembanagan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan", Jurnal Ekonomi, Vol 16, N0.1, Januari 2013, hal. 30

⁴ Putu Agus Semara Jaya, "Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Dupa pada Putra Mas di Desa Bulian tahun 2010-2014", Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE), vol. 5, no. 1, thn 2015 hal. 2

⁵ Ugeng Budi Haryoko, "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Pencapaian Volume Penjualan pada PT. Midi Utama Indonesia Cabang Raden Patah Cileduk", Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol. 1 No. 4, 2018 hal. 131

memproduksi gula merah, namun diantara penghasil gula merah satu dengan yang lainnya memiliki perbedaan. Gula merah merupakan salah satu produk yang tidak dapat dipungkiri keberadaan dan kegunaanya dalam kehidupan rumah tangga maupun industri pengolahan pangan. Harga dari gula merah sendiri juga bervariasi ada yang murah dan ada juga yang mahal. Kota Tulungagung merupakan kota kawasan industri. Terdapat berbagai macam industri baik industri kecil, menengah sampai industri yang besar. Tepatnya di desa Karangsono Ngunut terdapat UMKM yang memproduksi gula merah dari bahan dasar tebu.

UD. Karya Manis merupakan salah satu UMKM yang memproduksi gula merah. Lokasinya sangat strategis, meskipun berada didesa namun perusahaan ini berdekatan dengan pasar desa. Produk dari UD. Karya Manis ini sudah merambah ke berbagai wilayah bahkan luar pulau jawa. Walaupun pemasaran UD. Karya Manis tidak sepenuhnya menggunakan media sosial hanya menggunakan media whatsapp dan pemasaran offline namun perusahaan ini sudah dikenal banyak kalangan dan sudah memiliki konsumen tetap gula merah diberbagai wilayah.

Perusahaan ini dulunya juga sering mengalami pasang surut pada perkembangannya usahanya. Untuk itu walaupun sudah memiliki pelanggan tetap pengembangan produk tetap dilakukan agar penjualan produk tetap stabil. Dengan menciptakan beberapa jenis dan kualitas produk yang bagus dan bervariasi merupakan salah satu cara perusahaan ini dalam pengembangan dan mempertahankan produknya agar tetap exis di pasaran

sehingga dapat meningkatkan volume penjualan suatu perusahaan. Di Tulungagung sendiri banyak sekali perusahaan yang bergerak pada pengolahan gula merah. Berikut beberapa data perusahaan yang memproduksi gula merah di Tulungagung:

Tabel 1.1

Data Perusahaan yang Memproduksi Gula Merah

No	Nama Industri	Produk
1	Tegal Madu	Gula Merah
2	UD. Karya Manis	Gula Merah Tebu
3	CV. Yantira	Gula Garuk/Gula Merah
4	Makin Jaya	Gula Tebu/Gula Merah
5	Tani Tebu Jaya	Gula Merah Tebu
6	Gendhis Rosan	Gula Merah
7	Sari Kismo	Gula Merah Tebu
8	Kembang Gula	Gula Merah
9	CV. Hasil Manis	Gula Merah
10	PG. Mojopanggung	Gula Merah

Sumber: <http://disperindag.tulungagung.go.id/data-ikm-ta>

Dari tabel 1.1 diatas data perusahaan yang memproduksi gula merah antara lain: industri Tegal Madu memproduksi gula merah, UD. Karya Manis (gula merah tebu), CV. Yantira (gula garuk/gula merah), Makin Jaya (gula tebu/gula merah), Tani Tebu Jaya (gula merah tebu), Gendhis Rosan (gula merah), Sari Kismo (gula merah tebu), Kembang Gula (gula merah), CV. Hasil Manis (gula merah), PG. Mojopanggung (gula merah). Sehingga

dapat disimpulkan bahwa ada beberapa produk yang diproduksi dan dijual UD. Karya Manis namun tidak ada diperusahaan lain dan tidak hanya UD. Karya Manis yang memproduksi gula merah di Tulungagung.

Tabel 1.2
Data Penjualan (Dalam Bentuk Barang) UD. Karya Manis
Tahun 2019 – 2021

Produk	2019	2020	2021
Gula Merah Super (Box biru)	49.330	51.562	56.020
Gula Merah Premium (Box merah)	19.923	22.041	24.305

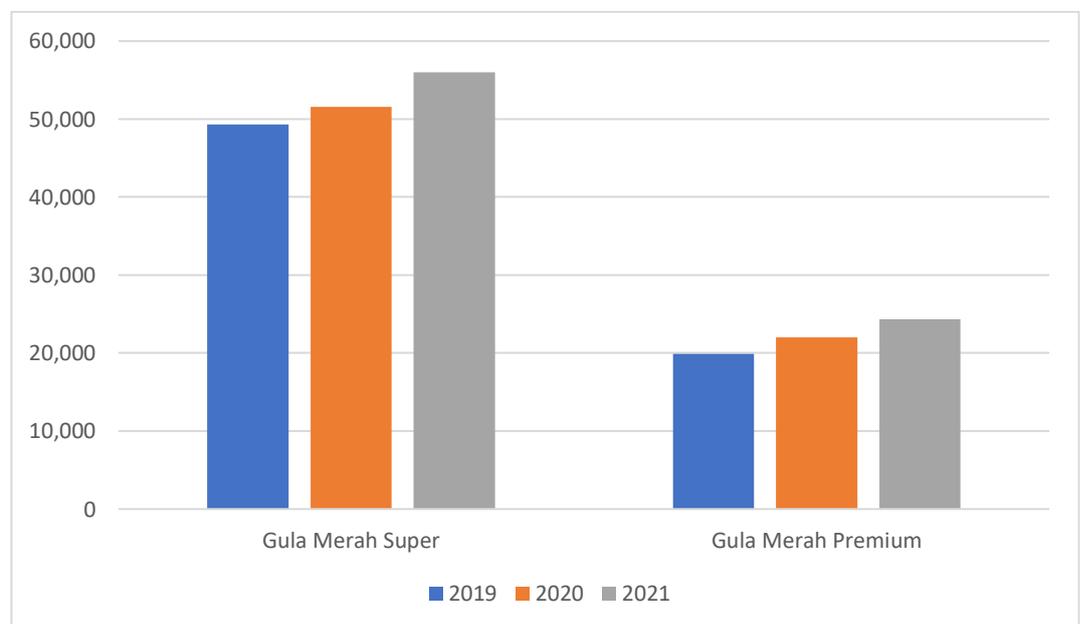
Sumber: Pemilik UD. Karya Manis

Dari tabel 1.2 diatas mengenai data penjualan (dalam bentuk barang) UD. Karya Manis tahun 2019-2021 dapat diuraikan bahwa penjualan produk gula merah super (box biru) pada tahun 2019 mencapai 49.330, tahun 2020 mencapai 51.562, dan tahun 2021 mencapai 56.020. Sedangkan untuk penjualan gula merah premium (box merah) pada tahun 2019 mencapai 19.923, tahun 2020 mencapai 22.041, dan tahun 2021 mencapai 24.305.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan produk gula merah di UD. Karya Manis dari tahun 2019-2021 selalu mengalami kenaikan. Meskipun pada tahun 2020 ada virus covid 19 namun penjualan UD. Karya Manis tetap berjalan dikarenakan pada saat itu logistik masih aman dalam melakukan pengiriman barang ke luar wilayah dan penjualan mengalami peningkat meskipun tidak seperti tahun-tahun sebelumnya. Peningkatan penjualan pada gula merah premium (box merah) sangat

sedikit dikarenakan peminat gula tersebut yang biasanya dibutuhkan oleh konsumen yang digunakan untuk diolah menjadi kue-kue lebaran berkurang karena hari raya idul fitri pada waktu covid 19 tidak dapat dilaksanakan, sehingga hanya sedikit produsen kue lebaran yang membutuhkan gula tersebut. Namun pasca covid 19 pada tahun 2021 peningkatan mulai stabil lagi dan volume penjualan UD. Karya Manis semakin meningkat.

Grafik 1.1
Penjualan (dalam bentuk barang) UD. Karya Manis
Tahun 2019 – 2021



Sumber: Pemilik UD. Karya Manis

Dari grafik 1.1 dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan volume penjualan pada gula merah super dan gula merah premium pada tahun 2019-2021. Penjualan perusahaan UD. Karya Manis mengalami kenaikan yang cukup baik karena adanya pengembangan produk yang berpengaruh pada volume penjualan perusahaan.

Segala aspek yang berkaitan dengan pengembangan produk, pasti tidak lepas dari cara atau strategi yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengembangkan dan memasarkan produknya baik barang/jasa. Strategi pengembangan produk adalah sebuah konsep untuk pencapaian perusahaan baik mikro, menengah maupun makro dengan program pengembangan yang digunakan untuk memenuhi dan melayani keinginan pasar. Pada dasarnya keberhasilan tiap usaha terletak pada bagaimana pelayanan yang terbaik agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Telah dijabarkan dalam tabel grafik diatas, dengan kondisi dan situasi saat ini, perusahaan masih menunjukkan eksistensinya dengan baik. Dimana strategi pengembangan produk selalu dilakukan dan dievaluasi supaya mampu meningkatkan volume penjualan yang lebih baik.

Tuntutan globalisasi makin mendesak para badan usaha untuk selalu fleksibel mengikuti tuntutan perubahan, baik secara mikro maupun makro. Untuk menyikapi hal tersebut, perusahaan harus meningkatkan peran dalam proses pemasaran agar mampu meningkatkan penjualan. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan dalam suatu perusahaan. Rangkaian *Marketing Mix* meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap tindakan konsumen. Keempat unsur tersebut yang terdapat dalam *Marketing Mix* saling berhubungan dan

masing-masing elemen didalamnya saling mempengaruhi.⁶

Alasan peneliti memilih UD. Karya Manis sebagai objek penelitian karena perusahaan tersebut selalu melakukan pengembangan pada setiap produk-produknya dengan strategi yang diterapkannya. Strategi dan pengembangan produk yang baik membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna mengungkapkan sejauh mana strategi pengembangan produk khususnya teori *marketing mix* (*product, price, place, promotion*) dalam meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan konteks yang ada maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **Strategi Pengembangan Produk Gula Merah Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus UD. Karya Manis Desa Karangsono Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung).**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang sudah dipaparkan diatas, maka permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan produk gula merah yang dilakukan oleh UD. Karya Manis untuk meningkatkan volume penjualan ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh UD. Karya Manis dalam proses pengembangan produk untuk meningkatkan volume penjualan ?

⁶ Ahmad Mas'ari, Muhammad Ihsan Hamdy, dkk, "Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4P (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau, *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 5, No. 2, 2019, hal 80

3. Bagaimana solusi yang dilakukan oleh UD. Karya Manis untuk menghadapi kendala dalam proses pengembangan produk untuk meningkatkan volume penjualan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan strategi pengembangan produk gula merah yang dilakukan oleh UD. Karya Manis untuk meningkatkan volume penjualan.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan kendala yang dihadapi oleh UD. Karya Manis dalam proses pengembangan produk untuk meningkatkan volume penjualan.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan solusi yang dilakukan oleh UD. Karya Manis untuk menghadapi kendala dalam proses pengembangan produk untuk meningkatkan volume penjualan.

D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

1. Identifikasi penelitian

Penelitian ini membahas mengenai “Strategi Pengembangan Produk Gula Merah dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UD. Karya Manis di Desa Karangsono Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung”. Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana strategi atau upaya yang dilakukan oleh UD. Karya Manis dalam melakukan perkembangan produk yang lebih modern untuk meningkatkan volume penjualan.

2. Batasan masalah

Penelitian ini dilakukan secara lebih fokus dan mendalam agar tidak keluar dari jalur pembahasan. Supaya menghasilkan pembahasan yang terarah maka dalam penulisan ini perlu adanya pembatasan masalah.

Adapun pembatasannya antara lain:

- a. Penelitian ini hanya dilakukan pada salah satu perusahaan yang memproduksi gula merah yang ada di Tulungagung yaitu UD. Karya Manis.
- b. Penelitian ini hanya meneliti masalah pengembangan produk gula merah yang diproduksi oleh UD. Karya Manis dalam meningkatkan volume penjualan.

E. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi berbagai pihak diantaranya:

1. Secara teoritis

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat membantu menambah pengetahuan dan juga wawasan bagi penulis serta pembaca dalam bidang ilmu manajemen yang berhubungan dengan pengembangan produk dan pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan.

2. Secara praktis

a. Bagi UD. Karya Manis

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan wawasan yang berguna bagi pemilik usaha UD. Karya Manis

untuk bahan pertimbangan usaha yang khususnya menerapkan manajemen pemasaran, dan pengembangan produk gula merah dalam meningkatkan volume penjualan.

b. Bagi Akademik

Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi dan perbendaharaan di perpustakaan kampus UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung untuk peneliti selanjutnya.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bahan penelitian yang sejenis dan bahan penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga merupakan bahan informasi tentang strategi, pengembangan produk, dan cara dalam meningkatkan volume penjualan.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari penafsiran yang berbeda dan untuk menciptakan kesamaan pemikiran maka perlu adanya penegasan istilah-istilah yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

Tujuan dari definisi konseptual adalah untuk menghindari kesalahan fahaman dalam penafsiran istilah-istilah yang berkaitan dengan judul penelitian.

a. Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk adalah suatu konsep strategi untuk

pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang, mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan.⁷

b. Gula Merah

Gula merah biasa disebut dengan gula jawa merupakan kebutuhan pokok manusia yang selalu mengalami perubahan yang cenderung meningkat. Peningkatan tersebut terjadi seiring meningkatnya pendapatan penduduk serta semakin banyak industri pangan yang menggunakan gula merah sebagai bahan bakunya. Gula merah merupakan gula yang dihasilkan dari pengolahan nira palma, yaitu aren, kelapa, siwalan, atau jenis palma lainnya dan berbentuk cetak atau serbuk.⁸

c. Volume Penjualan

Volume penjualan adalah hasil dari kegiatan penjualan oleh pihak produsen, dalam hal ini adalah usaha perusahaan menjual produk agar sampai ke tangan konsumen untuk mencapai sasaran yaitu memaksimalkan keuntungan untuk periode yang ditentukan.

2. Definisi Operasional

Dengan adanya penegasan konseptual tersebut maka diambil

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid II, Ed. 12., Terj. Benjamin Molan, (Jakarta:Prenhallindo, 2007), hal 320

⁸ Suratni, Afrianti, Dkk, *Analisa Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Mutu Gula Merah Dari Nira Kelapa Sawit*, Vol. 1 No. 2 April 2018. Hal.2-3

pengertian yang dimaksud dengan Strategi Pengembangan Produk Gula Merah Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UD. Karya Manis adalah strategi atau cara yang dilakukan UD. Karya Manis untuk mengembangkan produk-produk yang dihasilkan menjadi produk baru dengan menciptakan inovasi dan pengembangan yang lebih baik untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan skripsi ini disusun untuk mempermudah penelitian dan pemahaman. Penulisan skripsi ini disusun menjadi tiga bagian yaitu: bagian awal, bagian utama dan bagian akhir.

1. Bagian awal

Terdiri dari Halaman Sampul Depan, Halaman Judul Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahan, Motto, Halaman Persembahan, Kata Pengantar, Daftar isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar, Daftar Lampiran, dan Abstrak.

2. Bagian utama

Bagian ini terdiri dari 5 BAB yaitu:

BAB I Pendahuluan yang diuraikan menjadi sub bab yang meliputi: latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, rumusan penelitian, ruang lingkup keterbatasan penelitian, penegasan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan teori yang membahas semua variabel yang

didasarkan pada teori dan penelitian yang terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III Metodologi penelitian yang mencakup beberapa sub bab yaitu: jenis penelitian, populasi, sampling, dan sample penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta analisis data.

BAB IV Hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis). Dalam bab ini dijelaskan mengenai hasil penelitian yang selanjutnya pada bab yang kelima akan dibahas mengenai pembahasan dari hasil penelitian tersebut.

BAB V Pembahasan data penelitian dari hasil analisis data, di bab ini akan diuraikan secara lengkap mengenai hasil penelitian dan akan disimpulkan di bab keenam.

BAB VI Penutup, kesimpulan dan saran rekomendasi.

3. Bagian akhir

Bagian akhir ini terdiri dari Daftar Pustaka, Lampiran-lampiran yang berisi dari pedoman wawancara, surat izin, surat persetujuan penelitian, surat pernyataan keabsahan tulisan, daftar riwayat hidup, dokumentasi penelitian, dan kendali bimbingan skripsi.