

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor ekonomi dan kemajuan dalam bidang ekonomi memiliki tujuan untuk mencapai taraf hidup masyarakat dalam mencapai kesejahteraan yang lebih baik dengan upaya untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi. Hal ini dilakukan untuk mengembangkan sistem ekonomi kerakyatan yang dilandaskan pada mekanisme pasar yang berkeadilan. Keberadaan kegiatan usaha mulai dari skala kecil, menengah, hingga besar sama-sama mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan ekonomi masyarakat sekitarnya.²

Pembangunan ekonomi tidak saja tergantung pada perkembangan dari industri dan program-program pemerintah. Namun bergantung juga pada sektor informal. Dengan adanya sektor informal diharapkan dapat memberikan dukungan pada pertumbuhan ekonomi yang tinggi, yaitu tumbuhnya usaha perdagangan, usaha jasa, dan munculnya industri rumah tangga. Keberadaan sektor usaha informal dapat menjadi tumpuan kehidupan ekonomi rakyat kecil di Indonesia. Para pelaku industri informal ini perlu dilindungi, disediakan prasarana umum yang memadai, serta diperlukan pemberian pembinaan dan pengarahan secara intensif.³

² Komang Gede Candra Adi Putra dan Made Henny Urmila Dewi, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Badung Kota Denpasar: Studi Sebelum dan Sesudah di Relokasi, dalam E-jurnal EP Unud Volume 7, Nomor 6, Juni 2018, hal. 1141

³ Sadono Sukirno, Ekonomi Mikro, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 37

Salah satu agroindustri yang saat ini cukup dikenal masyarakat adalah agroindustri gula merah tebu (GMT). Pengembangan agroindustri gula merah tebu memberikan potensi keuntungan bagi pengembangan ekonomi di pedesaan. Pengembangan agroindustri gula merah tebu juga akan memacu kegiatan ekonomi ke hulu dan ke hilir, yaitu berkembangnya kegiatan supply bahan baku tebu, bahan pembantu, mesin dan peralatan agroindustri, serta pengembangan industri-industri pangan.⁴

Dengan demikian sektor informal tidak hanya sebagai mata pencaharian tetapi juga memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja baru dan mengatasi masalah pengangguran serta mendorong tumbuhnya wirausahawan baru. Kabupaten Tulungagung merupakan daerah pegunungan yang terletak di selatan Provinsi Jawa timur.

Tabel 2.1

**Data Jumlah Pelaku Industri Gula Merah
di Kabupaten Tulungagung**

Kecamatan	Desa	Jumlah
Kalidawir	Tanjong	4
Rejotangan	Banjarejo	1
Ngunut	Karangsono	3
Ngunut	Ngunut	1
Ngunut	Sumberringin kulon	1
Sumbergempol	Mirigambar	1
Sumbergempol	Sambirobyong	1
Sumbergempol	Bendilwungu	1

⁴ Sukardi, Gula merah tebu: Peluang meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan agroindustri pedesaan. *Jurnal Pangan*, 19 (4): 317-330, 2010, hal.33

Sumbergempol	Sambijajar	1
Kedungwaru	Ringinpitu	2
Kedungwaru	Bangoan	1
Boyolangu	Serut	2
Kauman	Sidorejo	1
Sendang	Picisan	1

Sumber : Disperindag Kabupaten Tulungagung 2021.

Berdasarkan tabel 2.1 banyaknya industri gula merah yang ada di Tulungagung tergolong sedikit jumlahnya. Berdasarkan data diatas, ada dua kecamatan yang mempunyai industri gula merah terbanyak yaitu kecamatan Kalidawir yaitu sebanyak 4 perusahaan yang berada di desa Tanjung dan kecamatan Sumbergempol yang berada di 4 desa yaitu, Sambijajar, Bendilwungu, Sambirobyong, dan Mirigambar. Data diatas adalah data pengusaha gula merah yang mendaftarkan perusahaannya di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung. Sebenarnya masih banyak sekali perusahaan yang sangat kecil dan belum mendaftarkan usahanya di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung.

Dari hasil wawancara dengan salah satu pemilik UKM pengolahan gula merah di Desa Sambijajar bapak Andri Afanto, beliau mengatakan bahwa di desa tersebut kurang lebih terdapat 30 pengusaha. Hal ini menunjukkan bahwa di desa Sambijajar mayoritas penduduknya memiliki usaha di bidang pengolahan gula merah. Namun, terdapat permasalahan yang sering dihadapi oleh pengusaha seperti, perputaran modal yang tidak lancar dikarenakan pembeli tidak membayar secara kontan sehingga para pengusaha kesulitan dalam membeli bahan baku yang akan digunakan untuk produksi. Permasalahan

selanjutnya, produksi gula merah tidak dilakukan sepanjang tahun melainkan tergantung pada musim panen tebu saja. Selain itu pemasaran yang kurang luas dan kondisi pasar yang tidak selalu stabil.

Strategi pemasaran yang bagus Menurut Erni Yuanida adalah pemasaran yang jelas dan terarah yang harus dilakukan perusahaan dalam kesempatan untuk mengenai sasaran pasar yang tepat. Dalam perkembangan usaha pasati akan diwarnai oleh persaingan yang ketat. Persaingan ini yang membuat pebisnis dituntut memiliki skill strategi yang tetap untuk memenuhi target penjualan. Keberhasilan sebuah perusahaan dalam memperoleh laba dapat diukur oleh strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.⁵

Analisis SWOT menjadi salah satu analisis strategi usaha yang menjadi bagian penting, karena analisis SWOT merupakan analisis yang dapat membantu untuk mengidentifikasi tentang cara meminimalkan kelemahan usaha tapi disisi lain juga memaksimalkan kekuatan dari usaha tersebut secara bersamaan. Analisis SWOT ini digunakan pengusaha untuk mengukur seberapa kelebihan dan kelemahan yang dimiliki perusahaannya terhadap pesaingnya. Secara metode analisis merupakan metode dasar yang digunakan pengusaha untuk menganalisis permasalahan perusahaan seperti kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman dari pesaing-pesaingnya. Penggunaan analisis SWOT ini dilakukan dengan cara mensurvei internal tentang kelemahan dan

⁵ Erni Yunaida, Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan Produk Surat dan Paket Kantor Pos Langa, Jurnal Manajemen Dan Keuangan Vol.6 (1) 2017, hal.688

kekurangan dari produk yang dihasilkan, dan juga mensurvei eksternal untuk ancaman dan kesempatan perusahaan tersebut.⁶

UKM Gula Merah Pak Andri adalah salah satu usaha gilingan tebu gula merah yang berada di Sambijar yang dipimpin oleh Bapak Andri. Usaha ini mampu membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat kekitar, dan mampu untuk menunjang perekonomian warga sekitar dan masyarakat luar. Dari hal tersebut analisis pemasaran dalam UKM tersebut sangat diperlukan, apalagi pemasaran yang lebih luas karena salah satu tujuan mendirikan usaha agar usahanya tetap berkembang dan bisa bersaing dengan pengusaha lain sehingga penjualan dan pendapatan UKM tersebut dapat meningkat.

Lokasi penelitian ini memilih berada di UKM Gula Merah Pak Andri karena dengan alasan lokasi UKM Gula Merah Pak Andri ini merupakan lokasi yang representatif untuk mengkaji mengenai konsep produksi dan pemasaran yang diinginkan peneliti yaitu terstruktur dan mengutamakan efisiensi. Keunikan pertama yang ada pada UKM Gula Merah Pak Andri ini mampu melaksanakan produksi dan pemasaran secara keseluruhan dengan skala UKM (Usaha Kecil dan Menengah) khususnya pada sisi produksi dan penjualan yang dilaksanakan, keunikan kedua yang ada pada pihak UKM Gula Merah Pak Andri menerapkan strategi pemasaran yang mengedepankan pada peluang dan pengambilan kesempatan.

⁶ Agung Purnomo dkk, Dasar-dasar Kewirausahaan: Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal. 51

Maka peneliti secara rasional mengambil penelitian pada UKM Gula Merah Pak Andri dengan alasan karena pelaksanaan produksi tersusun dengan baik, mulai dari tahap awal hingga proses pemasaran yang dilaksanakan. Agar senantiasa berjalan lancar, sehingga hal penting yang harus selalu diutamakan oleh UKM Gula Merah Pak Andri terletak pada sisi ketersediaan bahan baku yang terkadang menjadikan kesulitan pada produksi yang dilaksanakan UKM Gula Merah Pak Andri.

Posisi usaha UKM Gula Merah Pak Andri sendiri dibandingkan dengan yang lain terhitung salah satu kegiatan UKM yang berkembang dan mampu melakukan penyerapan tenaga kerja kepada penduduk sekitar. Hal ini membuktikan bahwa kegiatan UKM Gula Merah Pak Andri berjalan dengan baik, dan memiliki potensi untuk terus berkembang. Namun penting bagi UKM Gula Merah Pak Andri untuk memanfaatkan setiap peluang yang dimiliki untuk terus mengembangkan kegiatan usahanya.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Gula Merah Dengan Pendekatan Analisis Strengths, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT) (Studi Kasus Pada Gilingan Tebu UKM Gula Merah Pak Andri di Sambijajar Tulungagung).”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran UKM Gula Merah Bapak Andri?
2. Bagaimana pengaruh faktor eksternal dan internal dalam pemasaran gula merah di UKM Gula Merah Pak Andri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menyusun strategi pemasaran UKM Gula Merah Pak Andri sesuai analisis SWOT.
2. Untuk menjelaskan pengaruh faktor-faktor eksternal dan internal dalam pemasaran gula merah di UKM Gula Mera Pak Andri sesuai analisis SWOT.

D. Identifikasi masalah

Penelitian ini akan lebih berfokus untuk menguji analisis startegi dalam pemasaran dan pengembangan usaha gilingan tebu gula merah UMK Gula Merah Pak Andri di Sambijajar Sumbergempol Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya pelaku ekonomi, strategi pemasaran, dan dapat mengatasi bagaimana persaingan yang baik dan benar.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, yakni:

- a. Bagi Akademik Sebagai kontribusi dan koleksi dalam bentuk dokumentasi yang dapat digunakan dalam pengembangan ilmu pengetahuan di perguruan tinggi khususnya IAIN Tulungagung.

- b. Bagi UKM Gula Merah Pak Andri Sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan kebijakan dalam usahanya.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya Hasil penelitian dapat menjadi dasar, acuan dan referensi dalam kajian penelitian yang dilakukan dimasa yang akan datang.

F. Penegasan Isitilah

1. Definisi Konseptual

- a. Strategi adalah suatu rencana organisasi yang disiapkan untuk mencapai sebuah misi dan menghadapi berbagai kendala yang akan dimasuki oleh suatu organisasi.⁷
- b. Pemasaran adalah suatu proses penawaran yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan yang biasanya dilakukan dengan cara mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Bisa dikatakan bahwa jual beli merupakan salah satu komponen dari pemasaran.⁸
- c. Analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor yang berapa dapa perusahaan secara sistematis untuk menyusun strategi perusahaan. Analisis SWOT ini berlandaskan pada logika yang dapat

⁷ Musa Hubies dan Mukhamad Najib, *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*, (Jakarta: PT Ele Media Komputindo, 2014), Hal. 26

⁸ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), Hal. 2

memaksimalkan kekuatan dan peluang namun juga meminimalkan kelemahan dan ancaman dalam waktu yang bersamaan.⁹

2. Definisi Operasional Sesuai judul penelitian “Strategi Pemasaran Gula Merah Dengan Pendekatan Analisis Strengths, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT) (Studi Kasus Pada Gilingan Tebu UKM Gula Merah Pak Andri di Sambijajar Tulungagung),” adalah pemilihan strategi pada pemasaran yang dilakukan oleh UKM Gula Merah Pak Andri yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan. Bagaimana menerapkan bauran pemasaran (product, place, promotion), mengetahui faktor internal kekuatan, kelemahan dan juga faktor eksternal meliputi ancaman dan peluang untuk menghadapi persaingan dan meningkatkan penjualan.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Bagian awal terdiri atas: halaman sampul depan, halaman judul dan halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, moto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

Bagian utama, yaitu berisi pembahasan mengenai pendahuluan, landasan teori, metode penelitian, hasil penelitian, dan penutup, yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

⁹ Fredi Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membadah Kasus Bisnis, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), Hal. 18-19

Meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan

BAB II Landasan Teori

Dalam bab ini terdapat landasan teori yang sesuai judul yang dijadikan sebagai landasan penelitian dan penelitian terdahulu yang akan menjadi patokan penelitian yang akan datang.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini membahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan pengecekan keabsahan temuan.

BAB IV Hasil Penelitian

Dalam bab ini membahas mengenai paparan data yang diuraikan berdasarkan pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah yang diperoleh dengan menggunakan metode-metode penelitian.

BAB V Pembahasan

Dalam bab ini membahas mengenai data hasil penelitian dilapangan yang dipaparkan lebih luas

BAB VI Penutup

Dalam bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran. Bagian ini akan menjelaskan tentang jawaban dari permasalahan yang diangkat.

Bagian akhir, yaitu berisi mengenai lampiran-lampiran serta surat keterangan izin penelitian.