

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini pertumbuhan perekonomian negara sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan jumlah penduduk yang sangat tinggi juga pelaku usaha (UKM). Di sisi lain penerapan sistem otonomi daerah yang diserahkan secara sepenuhnya kepada masing-masing daerah, membuat tiap daerah berlomba-lomba untuk mengembangkan wilayahnya dengan memanfaatkan seluruh potensi yang ada. Secara nasional usaha kecil dan menengah mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat penting dan strategis dalam rangka mewujudkan tujuan pembangunan nasional pada umumnya dan tujuan pembangunan ekonomi pada khususnya. Peran ini dapat dilihat dalam hal penyediaan kesempatan usaha, lapangan kerja salah satunya adalah industri gula merah yang merupakan sektor industri strategis karena mampu menyerap tenaga kerja dan memenuhi permintaan konsumen (Kompas, 21 Maret 2018).

UKM tidak terlalu banyak terkena dampak krisis global karena yang berorientasi ekspor tidak banyak, selain itu UKM tidak tergantung kepada dolar Amerika Serikat karena sebagian besar berawal dengan modal sendiri. Namun yang menjadi masalah, UKM tidak pernah mendapat pembinaan, UKM itu hidup mati atas usaha sendiri. Seharusnya UKM mendapat pembinaan, modal kelompok dalam usaha yang sama kemudian pemerintah menjualkan hasilnya melalui jaringan yang ada. Untuk itu sangat dibutuhkan keberpihakan. Pada era demokrasi ini mekanisme pasar terlalu luas sehingga UKM dianggap juga sebagai mekanisme pasar sehingga ada yang hidup dan ada yang mati. Sebenarnya kalau ada pembinaan pasti akan lebih baik. Permasalahan UKM.

Bukan pada permodalan semata tetapi yang dia butuhkan adalah akses pasar dan bagaimana mutu mereka selalu di jaga. Selama ini pemerintah daerah atau dinas terkait tidak menjaga, tidak pernah mengontrol (Jawa Pos, 1 Januari 2018).

Gula merah yang diproduksi oleh UKM awalnya berbentuk curah, karena dalam penjualan terjadi kredit macet maka, produksi gula merah curah diubah

menjadi gula merah yang di cetak. Selain untuk meningkatkan penjualan diharapkan akan meningkatkan produktivitas usaha. Adapun kendala-kendala yang dihadapi UKM pada saat produk gula merah dicetak diantaranya mencari konsumen karena gula merah ini merupakan produk baru, mencari peluang pasar, pesaing produk sejenis, menjaga kualitas (aroma, rasa dan warna), mengatur karyawan.

Pada dasarnya perusahaan harus memiliki strategi dalam menjalankan tahap aktivitas usahanya agar dapat tercapai tujuan yang diinginkan. Sebagai contoh pada penelitian terdahulu, perusahaan harus memiliki strategi dalam menjalankan tahap aktifitas usahanya agar dapat tercapai tujuan yang diinginkan. Penelitian yang dilakukan oleh Gaguk,dkk (2017) melakukan kajian untuk peningkatan penjualan pada kain tenun menggunakan analisis SWOT dan QFD.

Perusahaan tas rajut mengimplementasikan strategi *Line Extension* berdasarkan *Marketing Mix* dan analisa SWOT. Hubungan variable *Marketing Mix* terhadap *Line Extension* dalam persepsi konsumen terjadi pada variabel produk, harga dan tempat sedangkan promosi diambil dari teori *Marketing Mix* yang merupakan bagian dari *Line Extension*. Hal ini berdasarkan temuan bahwa *Line Extension* secara simultan menjadi promosi dalam persepsi konsumen melalui keragaman produk yang diciptakannya (Sigit Arlandi Sukma Nugraha, 2016). Strategi bauran Pemasaran (4P) ,untuk meningkatkan jumlah penjualan produk sosis Champ bekerjasama dengan partner, diferensiai poduk, promosi gabungan dengan grup Charoen Pokphand serta promosi edukatif merupakan strategi dengan prioritas tertinggi (Mohammad Emir Wibowo, 2018). Berdasarkan pada sudut pandang diatas bahwa perusahaan membutuhkan kecepatan inovasi yang didukung oleh kompetensi inti, Kaplan dan Norton (1996) menyatakan bahwa industri pada saat ini melintasi persaingan yang kompleks dan rumit. Hal ini menggambarkan bahwa setiap perusahaan harus mempunyai pengetahuan serta strategi usaha yang sesuai dengan jenis usaha yang dikelolanya agar perusahaan tersebut dapat dikendalikan.

Melihat berbagai macam potensi sektor industri di nusantara memang seolah tak pernah ada habisnya, salah satunya Kabupaten Tulungagung yang memiliki

potensi unggulan yaitu UKM dengan produk gula merah . Terletak di bagian selatan Propinsi Jawa Timur, Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu kawasan strategis yang menjadi daerah utama penghasil tebu yang merupakan bahan baku gula merah. Berikut adalah Tabel 1.1 jumlah penjualan produk gula merah produk baru (dicetak) pada bulan Januari – Juli 2019.

Tabel 1.1 Data Penjualan Gula Merah Produk Baru (CETAK) - 2019

Bulan	Hasil produksi (ton)	Nilai penjualan (Rp)
Januari	18 ton	189.000.000
Pebruari	17,5 ton	183.750.000
Maret	16 ton	168.000.000
April	18 ton	162.750.000
Mei	18 ton	162.750.000
Juni	20 ton	210.000.000
Juli	20 ton	210.000.000

Sumber : UKM Gula merah

Sebagai perbandingan berikut adalah tabel 1.2 jumlah penjualan produk lama (berbentuk curah) bulan Januari-Desember 2018.

Tabel 1.2 Data Penjualan Gula Merah Produk Lama (CURAH) - 2018

Bulan	Hasil Produksi	Nilai Penjualan
Januari	39 ton	Rp.280.800.000
Pebruari	36 ton	Rp.259.200.000
Maret	37,5 ton	Rp.270.000.000
April	40 ton	Rp.288.000.000
Mei	41 ton	Rp.295.200.000
Juni	22,5 ton	Rp.162.000.000
Juli	40 ton	Rp.288.000.000
Agustus	41 ton	Rp.295.200.000
September	28 ton	Rp.201.600.000
Oktober	29 ton	Rp.208.800.000
November	30 ton	Rp.216.000.000
Desember	31,5 ton	Rp.226.800.000

Sumber : UKM Gula merah

Dari Tabel 1.1 diketahui hasil produksi tiap bulan UKM seperti terlihat diatas dengan asumsi pada saat penelitian harga jual gula merah baru dalam bentuk cetakan per kilo Rp.10.500,-. Jadi hasil penjualan gula merah rata-rata tiap bulan Rp. 175.875.500,-. Hasil penjualan ini masih dibawah penjualan gula merah pada saat dijual dalam bentuk curah rata-rata bisa mencapai Rp. 236.646.833,- tiap bulan, penurunan hasil penjualan rata-rata mencapai 74%. Oleh karena itu

UKM ini memerlukan strategi penjualan untuk produk baru gula merah dalam bentuk cetakan. Dibawah ini tabel uraian ongkos produksi gula merah **curah** per hari :

Tabel 1.3 Uraian ongkos produksi produk gula merah **curah**.

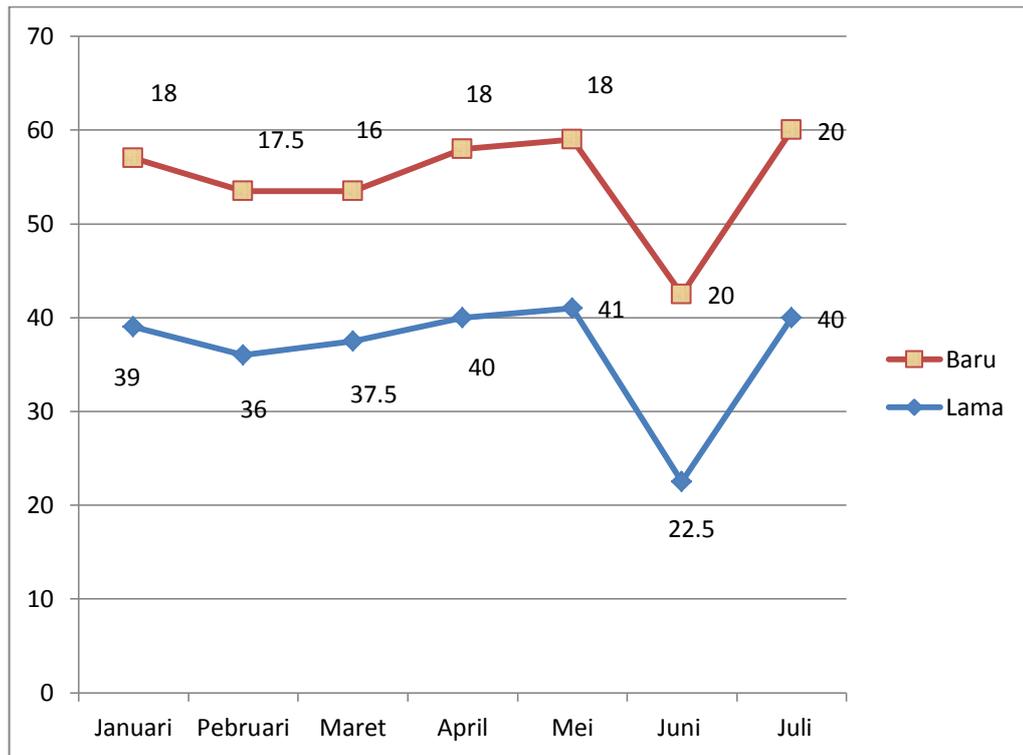
Uraian	Jumlah Biaya
Bahan baku tebu	Rp. 2.250.000,-
Biaya perawatan alat produksi	Rp. 50.000,-
Upah Karyawan	Rp. 300.000,-
Makan	Rp. 30.000,-
Biaya operasi kendaraan	Rp. 200.000,-
Total	Rp. 2.830.000,-

Dari tabel diatas diketahui total ongkos produksi gula merah curah per hari Rp. 2.830.000,-. Hasil produksi gula merah curah per hari 425kg dengan harga jual per kg Rp. 7.500,-. Nilai jual gula merah curah per hari adalah Rp. 3.187.500,- . Di bawah ini uraian ongkos produksi gula merah **cetak** per hari :

Tabel 1.4 Uraian ongkos produksi produk gula merah **cetak**.

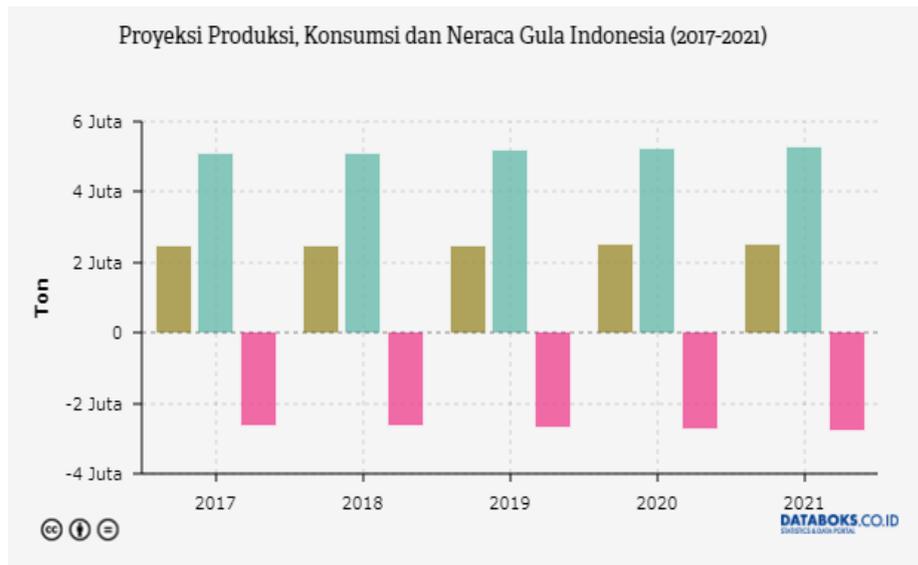
Uraian	Jumlah Biaya
Bahan baku tebu	Rp. 2.250.000,-
Biaya perawatan alat produksi	Rp. 50.000,-
Upah Karyawan	Rp. 400.000,-
Makan	Rp. 50.000,-
Biaya operasi kendaraan	Rp. 1.600.000,-
Total	Rp. 4.350.000,-

Dari tabel diatas diketahui total ongkos produksi gula merah cetak per hari Rp.4.350.000,-. Hasil produksi gula merah cetak per hari 425kg dengan harga jual per kg Rp.10.500,-. Nilai jual gula merah cetak per hari adalah Rp. 4.462.500,-. Berikut ini adalah gambar grafik perbandingan jumlah penjualan gula merah curah dan gula merah cetak:



Gambar 1.1 Grafik Perbandingan Hasil Penjualan Gula Merah Produk Lama (2018) dan Produk Baru (2019) Selama 7 bulan

Dari grafik diatas dapat diketahui perbandingan antara jumlah penjualan gula merah produk lama dalam bentuk curah dan gula merah produk baru dalam bentuk cetak. Jumlah penjualan gula merah merah produk baru masih dibawah gula merah produk lama. Berikut adalah gambar grafik permintaan gula merah nasional :



Gambar grafik 2.2 Permintaan Gula Merah Nasional.
Sumber data : Data Statistik Permintaan Gula Merah Nasional.

Keterangan grafik:

- Gula merah yang bisa terpenuhi
- Gula merah permintaan nasional
- Gula merah yang tidak bisa dipenuhi

Melihat permintaan nasional gula merah, UKM mempunyai target penjualan 100 ton per bulan atau 0,0025% dari kebutuhan gula merah nasional per tahun. Dari grafik diatas dapat diketahui permintaan nasional gula merah tiap tahun 5 juta ton pertahun dan yang dapat terpenuhi 2 juta ton per tahun dan selebihnya belum bisa terpenuhi. Oleh karena itu UKM melihat ada peluang untuk mengisi kekurangan kebutuhan gula merah nasional. Awalnya UKM ini memproduksi gula merah berbentuk curah yang pemasarannya di perusahaan kecap, roti, coklat yang semuanya berada di Jakarta, karena konsumen diluar kota UKM menjual produknya melalui rekan kerja sehingga sering terjadi keterlambatan pembayaran oleh karena itu UKM ingin mengubah bentuk produknya dan memasarkannya sendiri.

Melihat kondisi saat ini dengan beberapa kendala seperti menghadapi persaingan yang semakin ketat, volume produk yang semakin meningkat, perkembangan teknologi yang pesat, serta banyaknya industri besar yang mulai

muncul di Kabupaten Tulungagung. Hal ini berpengaruh pada usaha yang dijalankan secara konvensional seperti UKM gula merah. Oleh karena itu penelitian ini melakukan identifikasi serta pembuatan usulan strategi pemasaran untuk produk baru gula merah.

1.2 Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang sudah dijelaskan di atas maka rumusan masalahnya adalah menentukan:

Bagaimana strategi pemasaran produk baru gula merah cetak UKM Tulungagung berdasar SWOT analysis dan QFD ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menentukan posisi kuadran di matriks SWOT pada kondisi awal.
2. Membuat usulan strategi untuk meningkatkan penjualan produk baru gula merah.
3. Posisi kuadran di matriks SWOT setelah penerapan usulan strategi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian untuk UKM gula merah milik Bapak Khoiru ialah supaya UKM mampu meningkatkan penjualan, selanjutnya mewujudkan target perusahaan untuk mampu bersaing dengan pasar gula merah di Indonesia dan dapat dikenal oleh seluruh masyarakat Indonesia.

1.5 Batasan Masalah

1. Konsumen pada penelitian ini adalah pengguna produk gula merah dalam industri pembuatan makanan
2. Proses produksi yang diamati sebanyak dua kali, yaitu produksi gula merah dengan warna coklat muda dan coklat tua..
3. Pada saat penelitian proses produksi dengan hasil produksi normal, UKM mampu memproduksi gula merah rata-rata 15-20 ton tebu per hari.
4. Target penjualan gula merah UKM 100 ton per bulan.
5. Strategi Level Operasional Pemasaran saja.