

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era saat ini, penerapan strategi pemasaran produk *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) meningkat cukup pesat. UMKM merupakan salah satu sektor penghasil produk FMCG yang turut bergerak dan juga mengalami dampak atas pesatnya perkembangan strategi pemasaran. Di Indonesia terdapat UMKM yang tumbuh dengan total 8,71 juta unit usaha pada 2022. Pulau Jawa telah mendominasi sector tersebut khususnya Provinsi Jawa Timur yang menduduki peringkat ke 3 (tiga) dengan total 1,15 juta unit (Kemenkop UKM, 2022). Khususnya pada sektor makanan dan minuman terdapat 3,9 juta UMK di Indonesia (BPS, 2019). Oleh karena itu, penting bagi sektor UMKM ini untuk dapat merencanakan strategi pemasaran yang tepat agar mampu bersaing khususnya industri yang telah memiliki tingkat produksi yang cukup besar.

Pulau Bawean merupakan pulau yang terletak di Kabupaten Gresik Provinsi Jawa Timur sebagai daerah penghasil nira aren tertinggi dan memiliki potensi yang baik untuk pengembangan produk dari nira aren. Hal tersebut berdasarkan hasil data dari Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Gresik (2021). Pulau Bawean memiliki 2 (dua) kecamatan yang memiliki lahan area pohon Aren, tingkat produksi, dan memiliki tingkat produktivitas yang cukup tinggi, yaitu kecamatan Sangkapura dan Tambak. Pada kecamatan Sangkapura jumlah luas area sebesar 21,63 Ha, jumlah produksi aren sebesar 172,48 ton, dan tingkat produktivitas sebesar 9,98 kg/Ha/Th. Sedangkan pada kecamatan Tambak yaitu jumlah luas area lahan sebesar 13,18 Ha, jumlah produksi aren sebesar 104,58 ton, dan tingkat produktivitas 10,07 kg/Ha/Th (BPS Kab Gresik, 2021). Berdasarkan data tersebut, kecamatan Sangkapura memiliki jumlah luas area pohon aren dan tingkat produksi yang lebih besar dibandingkan dengan kecamatan Tambak serta mayoritas penduduknya sebagai petani aren dan memiliki kepemilikan lahan kebun aren yang tersebar di wilayah kecamatan tersebut.

Mustika Aren merupakan salah satu Kelompok Tani Hutan (KTH) dikelola oleh Bapak Ansharudin terletak di Dsn. Balikpapan Hilir, Ds. Balikpapan, Kecamatan Sangkapura, Pulau Bawean, Jawa Timur. Berfokus pada produksi berbagai variasi produk gula aren antara lain, gula kerekan, gula cair, gula bubuk, dan gula unyill yang ditunjukkan pada gambar 1.1. . Bahan baku pada usaha gula aren ini didapatkan dari proses pemanenan yang dilakukan oleh petani nira aren disetiap pagi dan sore hari. Usaha ini telah berjalan sejak April 2022 dengan tanpa adanya legalitas usaha. Meskipun demikian, kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM memiliki kualitas yang terbaik serta unggul jika dibandingkan dengan produk serupa yang diproduksi oleh perusahaan pesaing. Hal tersebut ditunjukkan dari terpenuhinya standart kualitas dari produk, baik pada parameter tekstur yang padat, warna gula merah kecoklatan, dan aroma yang khas.



Gambar 1.1 Gula Aren KTH Mustika Aren

Hingga saat ini pemasaran produk gula aren yang diproduksi oleh KTH Mustika Aren dilakukan secara konvensional menggunakan metode *door to door*, dimana tengkulak melakukan proses pengambilan produk gula aren untuk kemudian ditawarkan secara personal kepada calon konsumen. Dari hal tersebut, menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh KTH Mustika Aren belum terpetakan secara khusus yang berdampak pada keberhasilan usaha dalam memasarkan produk tidak terukur dan berpengaruh terhadap profit yang diperoleh KTH Mustika Aren. Pada dasarnya strategi pemasaran memiliki tujuan dan sasaran, sehingga nantinya dapat membentuk suatu kebijakan dan aturan yang dapat

dijadikan sebagai arahan terhadap usaha pemasaran bagi perusahaan dari masa ke masa, terlebih dapat dijadikan sebagai acuan dalam menghadapi lingkungan pesaing yang tidak pernah tetap (Nurul, 2016). Sebagian besar masyarakat kabupaten Gresik masih belum mengetahui produk yang dihasilkan oleh KTH Mustika Aren karena kurangnya promosi dan kurangnya penerapan strategi pemasaran. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan rendahnya penjualan dari produk yang dihasilkan oleh KTH Mustika Aren yang ditunjukkan pada Tabel 1.1 mengenai performansi penjualan gula aren secara agregat dalam bentuk gula kerekan, gula cair, gula unyil ori, gula unyil jahe, gula bubuk ori, dan gula bubuk jahe.

**Tabel 1.1 Data Penjualan Gula Aren Di KTH Mustika Aren
Periode Juni 2022 - Oktober 2022**

Bulan	Gula Kerekan	Gula Cair	Gula Bubuk Ori	Gula Bubuk Jahe	Gula Unyill Ori	Gula Unyill Jahe	Total Penjualan Keseluruhan Gula Aren (Kemasan)
Juni	944	86	57	137	53	132	1409
Juli	1142	0	0	212	0	223	1577
Agustus	1377	0	0	275	0	356	2008
September	1338	0	59	128	0	152	1677
Oktober	975	19	131	0	0	354	1479

(Sumber : KTH Mustika Aren, 2022)

Berdasarkan data performansi penjualan, selama berdirinya KTH Mustika Aren sejak bulan Juni 2022 – Oktober 2022 menunjukkan bahwa penjualan produk gula aren mengalami fluktuasi yang cenderung menurun. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya lokasi produksi KTH Mustika Aren yang berada di Pulau Bawean dimana pulau ini berada di kepulauan yang terpisah dari dataran utama kabupaten Gresik. Hal ini menyebabkan jaringan distribusi untuk produk menjadi terbatas, dan terbatasnya akses informasi diakibatkan keterbatasan jaringan dan pemanfaatan teknologi informasi yang terbatas oleh masyarakat. Disamping itu hal lain yang berhubungan langsung terhadap performansi penjualan produk berasal dari identitas produk yang masih belum jelas, pemetaan segmentasi pasar yang

belum dilakukan dengan baik. Hal ini berdampak pada terbatasnya pemasaran dan performansi penjualan dari produk. Namun, penjualan produk gula aren oleh KTH Mustika Aren akan mengalami peningkatan penjualan pada beberapa kondisi, diantaranya hari besar keagamaan, momen kebudayaan Pulau Bawean, dan kunjungan dinas pemerintahan kabupaten Gresik ke Pulau Bawean.

Dari kondisi dan kendala yang dihadapi oleh KTH Mustika Aren diperlukan adanya pengembangan strategi pemasaran agar KTH Mustika Aren mampu beradaptasi dengan persaingan pasar produk FMCG, selain itu agar performansi produk gula aren KTH Mustika Aren dapat meningkat dengan baik. Dalam merumuskan strategi pemasaran ini perlu dilakukan observasi mendalam terhadap kondisi internal dan eksternal yang ada di KTH Mustika Aren. Metode SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menganalisis strategi berdasarkan hal yang dapat mempengaruhi kondisi faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman bagi bisnis gula aren dimasa mendatang yang akan dihadapi oleh KTH Mustika Aren, sehingga metode ini akan berpengaruh besar terhadap keberhasilan industri dalam persaingan.

Hal pertama yang mencakup Metode SWOT, *strenght* (kekuatan) berdasarkan pada nilai atau potensi yang dimiliki oleh setiap perusahaan terdapat ciri khas atau keunikan tersendiri digunakan sebagai alat mencapai tujuan yang strategis. Kedua, *weakness* (kelemahan) suatu ketidak mampuan dari sumber daya yang ada serta dapat menghambat tujuan dari target pencapaian suatu perusahaan yang strategis. Ketiga, *opportunity* (peluang) adalah kondisi dimana potensi yang dimiliki digunakan untuk memenuhi atau melampaui tujuan dari perusahaan. Keempat, *threats* (ancaman) merupakan suatu kondisi yang dapat mempersulit dan menjadi faktor penghambat untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Harjanti, 2013), yang kemudian diimplementasikan kedalam matriks SWOT. Analisis SWOT ini akan menghasilkan rumusan analisis strategi seperti SO, WO, ST, WT yang kemudian disusun sebagai rumusan untuk prioritas strategi pemasaran. Dalam menentukan prioritas strategi pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan proses seleksi strategi, yang mana *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dapat digunakan untuk melakukan seleksi prioritas alternatif strategi yang dihasilkan.

Dari hasil prioritas strategi yang telah didapatkan, KTH Mustika Aren dapat berfokus pada hal yang dapat diimplementasikan secara strategis dan teknis agar penjualan dan performansi pemasaran gula aren dapat meningkat. Dengan demikian, penelitian ini akan melaksanakan Pengembangan Strategi Pemasaran Untuk Perluasan Pasar Produk Gula Aren Dengan Menggunakan Analisis SWOT Dan Analytical Hierarchy Process (AHP) (Studi Kasus KTH Mustika Aren Pulau Bawean).

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan pada latar belakang diatas, antara lain :

1. Bagaimana kondisi internal dan eksternal KTH Mustika Aren Pulau Bawean terhadap strategi pemasaran gula aren saat ini?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang dapat dikembangkan untuk perluasan pasar produk gula aren di KTH Mustika Aren Pulau Bawean ?
3. Bagaimana prioritas strategi pemasaran setelah menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) gula aren di KTH Mustika Aren Pulau Bawean ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan dari rumusan masalah diatas , antara lain :

1. Untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal di KTH Mustika Aren Pulau Bawean terhadap strategi pemasaran gula aren saat ini
2. Untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran yang dapat dikembangkan untuk perluasan pasar produk gula aren di KTH Mustika Aren Pulau Bawean
3. Untuk menentukan prioritas strategi pemasaran setelah menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) gula aren di KTH Mustika Aren Pulau Bawean

1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini agar dapat diterapkan dengan baik adalah sebagai berikut :

1. Dapat membantu KTH Mustika Aren dalam pengembangan strategi pemasaran guna perluasan pasar dan meningkatkan penjualan
2. Memberikan informasi mengenai strategi yang tepat digunakan dalam memasarkan suatu produk

1.5 Luaran

Luaran yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu prioritas strategi pemasaran yang tepat untuk perluasan pasar gula aren di KTH Mustika Aren Pulau Bawean

1.6 Batasan

Batasan pada penelitian ini meliputi kajian pemasaran yang dilakukan pada aspek 7P yang meliputi produk (product), harga (price), promosi (promotion), tempat (place), proses (process), dan fasilitas pendukung (physical evidence).

