

I. PENDAHULUAN

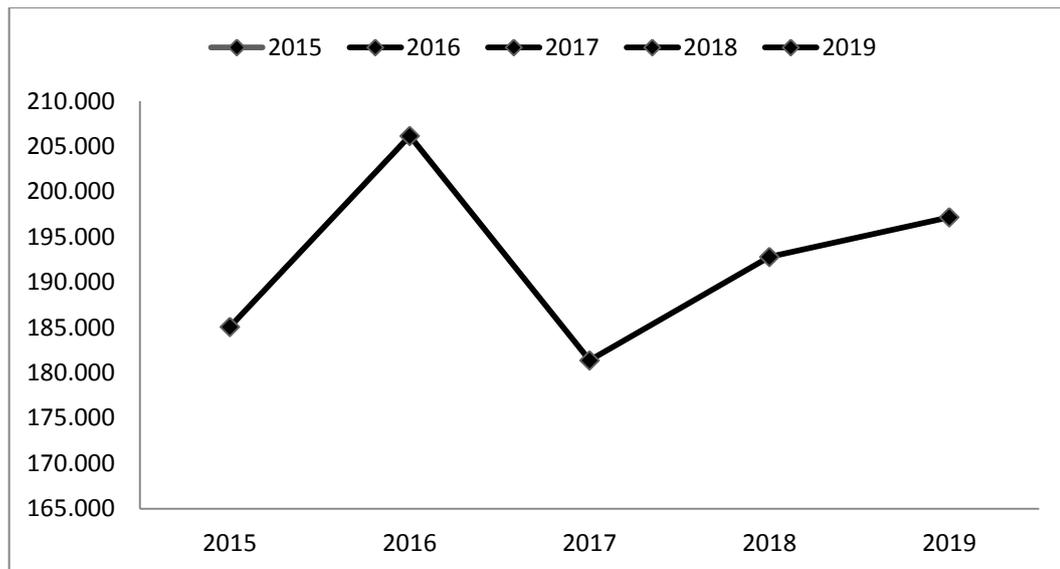
1.1 Latar Belakang

Gula merupakan produk komplementer yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan manusia. Gula sebagai bahan pemanis hampir setiap hari digunakan untuk pembuatan makanan dan minuman oleh rumah tangga maupun industri. Gula menjadi salah satu komoditas yang memegang peranan penting di sektor pertanian khususnya sektor perkebunan dalam perekonomian Indonesia. Disamping itu, gula juga menjadi salah satu kebutuhan pangan pokok masyarakat Indonesia dan sumber kalori yang relatif murah.

Kebutuhan dan ketergantungan konsumsi gula semakin meningkat dari tahun ke tahun seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Indonesia (2020), jumlah penduduk Indonesia pada Tahun 2019 mencapai 268.074.600 jiwa dengan kebutuhan gula untuk dikonsumsi pada saat itu diperkirakan mencapai 5,1 Juta Ton, sementara itu produksi gula pada tahun tersebut hanya mencapai 2,5 Juta Ton. Kurangnya pasokan gula dari dalam negeri menyebabkan pemerintah perlu mengimpor gula setiap tahunnya.

Program diversifikasi industri gula yang berbasis *palmae* seperti gula kelapa (*brow sugar*) sangat strategis peranannya sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan gula yang cukup besar. Gula kelapa menjadi salah satu produk olahan di Provinsi Jambi yang potensial untuk dikembangkan karena memiliki sumber bahan baku yang melimpah dan murah. Hal ini didasarkan pada potensi komoditi kelapa dalam sebagai salah satu komoditi unggulan yang tersebar hampir di seluruh wilayah Provinsi Jambi khususnya Kabupaten Tanjung Jabung Timur yang menjadi sentra dari komoditi tersebut (Lampiran 1).

Adanya potensi dari komoditi kelapa dalam di Provinsi Jambi yang memiliki nilai ekonomis cukup tinggi diharapkan dapat dimanfaatkan dengan baik sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumsi gula di Provinsi Jambi. Berikut ini merupakan data perkembangan konsumsi gula merah di Provinsi Jambi pada Tahun 2015 – 2019.



Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi 2020

Gambar 1. Perkembangan konsumsi gula merah di Provinsi Jambi pada Tahun 2015 – 2019

Berdasarkan Gambar 1 terlihat bahwa perkembangan konsumsi gula merah di Provinsi Jambi dari Tahun 2015-2019 berfluktuasi, namun cenderung mengalami peningkatan. Jumlah konsumsi tertinggi terjadi pada Tahun 2016 yaitu sebesar 206,2 Ton/bulan, sedangkan konsumsi terendah terjadi pada Tahun 2017 yakni sebesar 181,4 Ton/bulan. Kemudian terus mengalami kenaikan hingga Tahun 2019 yakni sebesar 197,2 Ton/bulan. Meskipun peningkatannya tidak sebesar tahun-tahun sebelumnya, namun perkembangan konsumsi gula terus meningkat seiring dengan membaiknya perekonomian masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa komoditas tersebut memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan. Gula merah terdiri dari beberapa jenis yang meliputi gula aren,

gula kelapa, gula tebu, dan gula semut. Data konsumsi di atas menunjukkan konsumsi terhadap keseluruhan jenis gula merah dimana salah satunya yakni gula kristal kelapa (gula semut) yang dapat dijadikan sebagai substitusi produk sejenis.

Pengolahan gula kelapa menjadi produk dengan nilai ekonomis yang tinggi merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Tanjung Jabung Timur. Mudah rusak dan tidak tahan lama menjadi sifat dasar dari komoditas pertanian sehingga usaha mengolah nira kelapa menjadi gula kelapa dapat meningkatkan nilai tambah dan memperpanjang umur simpan. Sejalan dengan kemajuan teknologi dan pola konsumsi masyarakat, dewasa ini pengolahan gula kelapa tidak hanya terbatas pada produk gula kelapa cetak dan gula kelapa cair, tetapi sudah mulai berkembang dalam bentuk gula kristal kelapa atau sering disebut dengan gula semut (Mustaufik dan Haryanti, 2006).

Produk gula kristal kelapa mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan dengan gula kelapa cetak yaitu, lebih mudah larut karena memiliki bentuk yang berupa serbuk, daya simpan lebih lama karena memiliki kadar air yang rendah, bentuknya lebih menarik, lebih mudah dikemas dan diangkut, rasa dan aromanya lebih khas, serta dapat diperkaya dengan bahan lain. Disamping itu, tujuan utama pengolahan gula kelapa cetak menjadi gula kristal kelapa yaitu untuk meningkatkan nilai tambah karena harga gula kelapa cetak yang rendah apabila dibandingkan dengan proses pengolahannya, sehingga gula kristal kelapa memiliki harga yang relatif lebih mahal (Mustaufik, dkk, 2014).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jambi Tahun 2020, terdapat delapan agroindustri berbasis pertanian yang mengolah nira kelapa menjadi produk gula di Kabupaten Tanjung

Jabung Timur seperti yang disajikan pada Lampiran 2, tujuh diantaranya mengolah gula kelapa cetak sedangkan hanya terdapat satu agroindustri yang mengolah gula kristal kelapa yaitu Agroindustri Cinta Manis Bapak Saudi. Agroindustri tersebut telah berdiri sejak Tahun 1999 dan aktif memproduksi sampai sekarang. Kapasitas produksinya mencapai 1.100 Kg/Tahun dengan nilai investasi awal sebesar Rp. 45.000.000. Lokasi agroindustri tersebut berada di SK 23 Desa Rantau Rasau I, Kecamatan Rantau Rasau yang dikenal luas oleh masyarakat setempat. Selain karena usia berdiri yang sudah cukup lama, juga didukung dengan kelebihan lain misalnya memiliki rumah khusus kegiatan produksi, toko sendiri dan produksi yang kontinu.

Produk gula kristal kelapa yang dihasilkan oleh Agroindustri Cinta Manis memiliki perbedaan dibandingkan dengan gula kristal kelapa pada umumnya, inovasinya terletak pada varian rasa yang terdiri dari rasa temulawak, rasa jahe, dan rasa kunyit. Oleh karena itu, gula kristal kelapa ini memiliki banyak khasiat karena mengandung perpaduan antara bahan pemanis alami dan perasa dari tanaman obat alami. Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi gula kristal kelapa diperoleh dari daerah Kecamatan Rantau Rasau. Agroindustri Cinta Manis bermitra dengan petani nira kelapa di daerah tersebut sebagai penyedia bahan baku produksi. Jumlah bahan baku yang dibutuhkan sesuai dengan rata-rata produksi setiap bulannya, sehingga bahan baku yang diterima oleh agroindustri tersebut tidak melebihi kapasitas produksi.

Agroindustri Cinta Manis merupakan agroindustri berskala rumah tangga yang memproduksi gula kristal kelapa sebanyak 1-3 kali setiap bulannya dan dalam sekali produksi dapat menghasilkan gula kristal kelapa berkisar antara 10-

30 Kg, dengan kapasitas produksi maksimal sebesar 90 Kg/bulan. Berikut ini adalah data mengenai produksi dan penjualan gula kristal kelapa pada Agroindustri Cinta Manis pada Tahun 2019.

Tabel 1. Data produksi dan penjualan gula kristal kelapa pada Agroindustri Cinta Manis di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur Tahun 2019

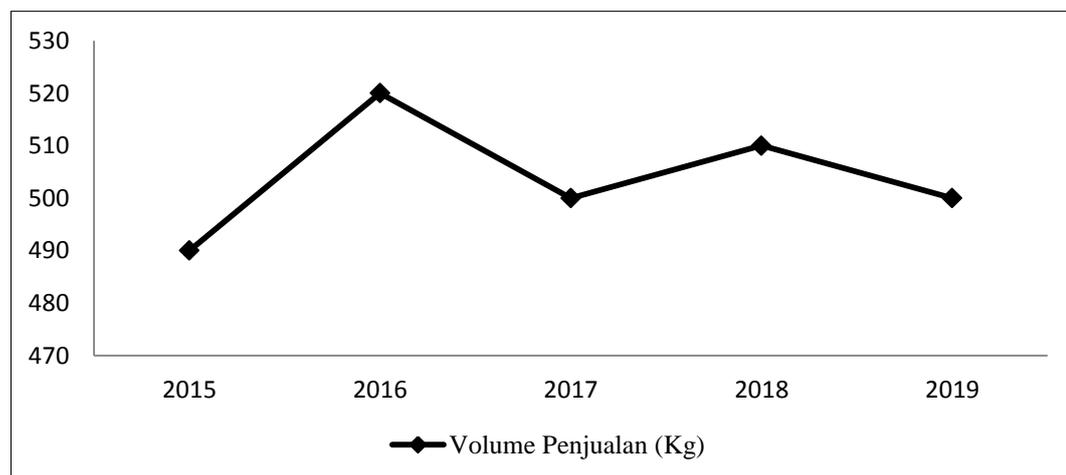
Bulan	Volume Produksi (Kg)	Volume Penjualan (Kg)
Januari	50	40
Februari	40	50
Maret	50	50
April	70	60
Mei	40	30
Juni	30	20
Juli	40	40
Agustus	70	70
September	40	50
Oktober	40	30
November	40	40
Desember	30	20
Total	540	500
Rata-Rata	45	41,67

Sumber: Agroindustri Gula Kristal Kelapa Cinta Manis, 2020

Tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata volume produksi gula kristal kelapa pada Agroindustri Cinta Manis hanya sebesar 45 Kg/bulan, sedangkan kapasitas produksinya mencapai 90 Kg/bulan. Hal ini berarti bahwa agroindustri tersebut belum mampu memaksimalkan volume produksinya. Jumlah produksi tersebut dipengaruhi oleh tinggi rendahnya jumlah permintaan dari konsumen. Kegiatan produksi gula kristal kelapa pada Agroindustri Cinta Manis perlu didukung dengan kegiatan pemasaran yang baik karena pemasaran memiliki peranan yang sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha. Salah satu usaha dalam kegiatan pemasaran berkaitan erat dengan usaha penjualan karena dapat memberikan pendapatan serta keuntungan bagi agroindustri tersebut.

Volume penjualan gula kristal kelapa pada Agroindustri Cinta Manis menggambarkan tinggi rendahnya jumlah permintaan konsumen terhadap produk tersebut. Berdasarkan data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata volume penjualan gula kristal kelapa Cinta Manis memperlihatkan hasil yang belum maksimal bahkan cenderung rendah jika dibandingkan dengan volume produksinya yaitu hanya sebesar 41,67 Kg/bulan. Rendahnya jumlah permintaan dari konsumen terhadap produk tersebut menyebabkan volume penjualannya menjadi rendah. Kondisi tersebut tidak sebanding dengan jumlah konsumsi gula di Provinsi Jambi yang cenderung meningkat dari beberapa tahun terakhir seperti yang terlihat pada Gambar 1.

Menurut Winarto (2011), strategi pemasaran yang baik merupakan strategi yang mampu meningkatkan volume penjualan. Berikut ini adalah data mengenai perkembangan volume penjualan gula kristal kelapa pada Agroindustri Cinta Manis pada Tahun 2015 – 2019.



Sumber: Agroindustri Gula Kristal Kelapa Cinta Manis 2020

Gambar 2. Perkembangan volume penjualan gula kristal kelapa pada Agroindustri Cinta Manis Tahun 2015 – 2019

Berdasarkan Gambar 2 terlihat bahwa sejak Tahun 2015 hingga Tahun 2019 volume penjualan gula kristal kelapa pada Agroindustri Cinta Manis tidak

mengalami perubahan yang signifikan atau cenderung menurun, hal tersebut mengindikasikan bahwa kegiatan pemasaran yang dijalankan belum optimal atau bahkan belum menggunakan strategi pemasaran yang baik, sehingga perlu adanya perumusan strategi pemasaran yang tepat untuk mengarahkan kegiatan pemasaran dalam menggapai target pasar (konsumen). Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan untuk mempengaruhi konsumen (pelanggan) sehingga volume penjualan serta keuntungan dari kegiatan usaha dapat meningkat (Asmarantaka, 2014). Komponen bauran pemasaran terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Belum optimalnya bauran pemasaran yang dijalankan oleh Agroindustri Cinta Manis dapat ditinjau dari komponen-komponen tersebut.

Dilihat dari bauran harga, pada Tahun 2019 harga gula kristal kelapa yang dijual oleh Agroindustri Cinta Manis yaitu Rp. 100.000 per Kilogram, sedangkan harga gula kristal kelapa di pasar tradisional Kota Jambi secara umum berkisar antara Rp. 30.000 – Rp. 50.000 per Kilogram. Hal ini didukung oleh penelitian Pardi dkk (2019) bahwa harga gula kristal kelapa di Kabupaten Banyuwangi yaitu berkisar antara Rp. 40.000 – Rp. 50.000 per Kilogram. Apabila dibandingkan dengan harga-harga tersebut, maka produk gula kristal kelapa pada Agroindustri Cinta Manis memiliki harga jual yang relatif mahal.

Dilihat dari bauran produknya, meskipun telah memiliki 3 jenis produk namun masih memungkinkan untuk dikembangkan serta kemasan yang digunakan terlihat kurang menarik dan terdiri dari satu ukuran yaitu 250 Gram untuk masing-masing jenis produk. Bauran promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut

(*personal selling*) yang sifatnya terbatas serta melalui distributor daerah setempat. Disamping dari segi harga, produk, dan promosi yang belum optimal, masih banyak masyarakat yang belum mengenal produk gula kristal kelapa tersebut karena tempat dan distribusi yang dilakukan sebagian besar masih di daerah Kabupaten Tanjung Jabung Timur khususnya Kecamatan Rantau Rasau, padahal produk gula kristal ini memiliki potensi yang positif untuk dikembangkan.

Kemudian dilihat dari bauran orang/tenaga kerja, Agroindustri Cinta Manis dikelola oleh satu orang yang juga merangkap sebagai kepala produksi, bagian pemesanan, dan pendistribusian produk, sehingga kurang efektif dalam menjalankan proses pemasaran produk. Tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi juga merupakan karyawan tetap yang memiliki *skill* dan pengalaman kerja, namun memproduksi gula kristal kelapa bukan pekerjaan utamanya. Kondisi tersebut menyebabkan sering terjadinya keterlambatan produksi yang dapat mengecewakan konsumen. Dilihat dari bauran proses, Agroindustri Cinta Manis telah memiliki peralatan yang lengkap untuk proses produksi, bahkan memiliki peralatan untuk proses pengeringan apabila sedang musim penghujan. Namun, belum ada proses pelayanan yang dapat memanjakan konsumen seperti sistem pesan antar. Disamping itu, belum adanya papan nama usaha dan plakat jalan yang menunjukkan keberadaan Agroindustri Cinta Manis menyebabkan konsumen cukup kesulitan untuk menjangkau agroindustri tersebut karena letak agroindustri yang cukup jauh dari jalan poros.

Agroindustri Cinta Manis membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk menunjang kegiatan produksinya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan dan berimplikasi pada peningkatan profit. Oleh karena itu,

penulis merasa perlu adanya penelitian mengenai “*Strategi Bauran Pemasaran Gula Kristal Kelapa di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur (Studi Kasus pada Agroindustri “Cinta Manis”)*”.

1.2 Rumusan Masalah

Agroindustri merupakan subsistem yang melengkapi rangkaian sistem agribisnis dengan fokus kegiatan berbasis pada pengolahan sumber daya hasil pertanian dan peningkatan nilai tambah dari suatu komoditas. Daerah Kabupaten Tanjung Jabung Timur memiliki potensi untuk mengembangkan industri pengolahan pada komoditi kelapa dalam, dikarenakan selain memiliki sumberdaya alam yang melimpah juga memiliki sumberdaya manusia yang cukup besar. Salah satu industri pengolahan berbasis pertanian yang bahan bakunya dari komoditi kelapa dalam yaitu pengolahan gula kristal kelapa pada Agroindustri Cinta Manis milik Bapak Saudi.

Agroindustri Cinta Manis merupakan satu-satunya agroindustri yang mengolah gula kristal kelapa (gula semut). Agroindustri tersebut telah berdiri cukup lama (Lampiran 2), namun kegiatan pemasaran produk gula kristal kelapanya belum optimal. Hal tersebut dapat dilihat dari rendahnya jumlah permintaan konsumen terhadap produk gula kristal kelapa Cinta Manis dan berdampak pada belum maksimalnya volume penjualan seperti yang disajikan pada Tabel 2. Disamping itu, perkembangan volume penjualan beberapa tahun terakhir juga tidak menunjukkan peningkatan yang signifikan bahkan cenderung konstan. Kondisi tersebut disebabkan karena Agroindustri Cinta Manis belum menggunakan strategi pemasaran yang tepat sehingga belum mampu menggapai target pasar (konsumen) dengan baik, dengan demikian dapat dikatakan bahwa

komponen-komponen bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dijalankan oleh Agroindustri Cinta Manis belum optimal.

Berdasarkan hasil FGD (*Forum Group Discussion*), dengan pemilik/pengelola Agroindustri Cinta Manis pada saat observasi diperoleh informasi terkait harganya yang relatif mahal, kemasan yang terdiri dari satu ukuran, serta promosi produk yang dilakukan sebatas dari mulut ke mulut (*personal selling*) menyebabkan tidak luasnya konsumen dalam menjangkau produk. Distribusi produk yang tidak meluas juga menyebabkan produk dihasilkan kurang *familier*/dikenal di luar daerah Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Terbatasnya sarana dan prasarana menyebabkan proses pemasaran menjadi kurang efektif. Disamping itu, kurangnya bukti fisik yang menunjukkan identitas usaha juga cukup menyulitkan konsumen dalam menjangkau produk secara langsung. Padahal, Agroindustri Cinta Manis memiliki potensi dan peluang untuk meningkatkan volume penjualannya, karena perkembangan konsumsi gula nasional dari tahun ke tahun yang relatif meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk. Menurut Asmarantaka (2014), penggunaan strategi pemasaran yang baik dapat mempengaruhi konsumen (pelanggan) sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

Subsistem agroindustri gula kristal kelapa Cinta Manis perlu didukung dengan kegiatan pemasaran yang baik karena ketika unit bahan baku dan proses produksi dapat dimaksimalkan, tetapi tidak ditunjang dengan kegiatan pemasaran yang baik maka akan menghambat seluruh kegiatan usaha produksinya. Oleh sebab itu, agroindustri tersebut perlu merumuskan suatu strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan serta keuntungannya.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang telah diterapkan Agroindustri Cinta Manis?
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diterapkan oleh Agroindustri Cinta Manis?
3. Bagaimana rekomendasi strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) untuk diimplementasikan oleh Agroindustri Cinta Manis?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang telah diterapkan Agroindustri Cinta Manis.
2. Untuk menganalisis tanggapan konsumen mengenai strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diterapkan Agroindustri Cinta Manis.
3. Untuk memberikan rekomendasi strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dapat diimplementasikan oleh Agroindustri Cinta Manis.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat sarjana pada Program Sarjana Strata 1 (S1) Fakultas Pertanian Universitas Jambi.
2. Sebagai bahan informasi dan acuan dalam penetapan prioritas strategi pemasaran gula kristal kelapa pada Agroindustri Cinta Manis.
3. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi peneliti berikutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut.