

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Ahli dan Sisilia (2021) mengungkapkan bahwa Indonesia adalah negara yang dikenal selama berabad-abad sebagai produsen rempah-rempah terkenal dan memiliki kekayaan alam yang sangat melimpah, sehingga menjadi daya tarik utama bagi Negara Inggris, Portugis, dan Belanda yang menduduki pulau-pulau Indonesia dari abad ke-16 hingga paruh pertama abad ke-20. Saat ini Indonesia masih menempati peringkat ketiga penghasil komoditas rempah-rempah utama. Sebagian besar produk tersebut digunakan dalam farmasi, kosmetik, industri parfum, makanan, dan minuman. Berikut adalah tabel data ekspor tanaman obat, aromatik, dan rempah-rempah Indonesia tahun 2016-2020:

TABEL 1.1

Data Ekspor Tanaman Obat, Aromatik, dan Rempah-Rempah

Negara Tujuan	2016	2017	2018	2019	2020
	Dalam Ton				
Pakistan	114 499.8	90 975.6	2 379.1	1 653.0	1 057.3
Thailand	60 117.4	68 299.9	101 664.0	162 812.3	64 560.9
Amerika Serikat	10 531.4	13 347.7	12 619.8	7 182.0	12 918.3
India	22 589.3	24 169.8	33 572.0	31 939.9	33 995.1
Vietnam	20 640.6	29 159.6	29 977.8	11 480.8	9 349.5
Singapura	11 218.0	11 179.9	10 170.5	5 007.0	4 276.3
Belanda	2 336.5	3 799.9	2 672.2	2 235.9	2 666.1
Tiongkok	15 900.4	5 496.1	4 413.2	10 297.8	18 950.5
Bangladesh	16 309.1	23 004.4	6 278.0	10 899.1	7 407.9
Jerman	897.8	1 305.9	1 357.1	1 341.3	1 515.3
Lainnya	41 123.6	55 053.4	130 989.5	73 291.2	118 597.9
Jumlah	316 163.9	325 792.2	336 093.2	318 140.3	275 295.1

Sumber: BPS, 2021

Ekspor tanaman obat, aromatik, dan rempah-rempah di Indonesia selama lima tahun terakhir mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Pada tahun 2016 hingga 2018 mengalami kenaikan dengan puncak tertinggi ekspor terjadi pada tahun 2018 dengan jumlah 336.093,2 ton. Namun pada tahun 2019 hingga 2020 cenderung mengalami penurunan yang signifikan yaitu sebesar 60.798,1 ton dari tahun 2018 menjadi hanya 275.295,1 ton.

Saat ini industri olahan rempah-rempah merupakan jenis bisnis yang memiliki hambatan yang rendah dalam perkembangannya. Hampir semua bisnis baru yang lahir berukuran mikro maupun kecil dapat memasuki industri hasil olahan rempah-rempah. Bisnis rempah-rempah dikatakan sebagai bisnis dengan hambatan yang rendah karena pada bisnis ini hanya membutuhkan bahan baku yaitu rempah-rempah dan kemasan untuk mengemas hasil olahan dari rempah-rempah tersebut, kemudian diberi label nama sesuai jenis rempahnya. Dari sisi produksi hasil olahan rempah-rempah dipasok oleh petani yang tersebar diseluruh Indonesia. Menurut Laporan Direktorat Jendral Perkebunan pada Kementerian Pertanian tantangan pada bisnis olahan rempah-rempah di Indonesia adalah produktivitasnya yang rendah, kurangnya pengetahuan tentang bagaimana prosedur penanaman, menejemen setelah panen, area penanaman yang semakin kecil, dan memperluas pasar ekspor olahan produk rempah-rempah (GBG Indonesia, 2017).

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2021) mendukung adanya pemberdayaan bagi para pelaku UMKM dengan melakukan penandatanganan nota kesepemahaman atau *Momerendum of Understanding* (MoU) dengan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) tentang Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di bidang obat tradisional, pengolahan pangan, dan kosmetik.

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki jumlah pengusaha dalam sektor perdagangan yang cukup banyak. Berikut adalah tabel jumlah UMKM di Provinsi D.I.Yogyakarta dalam kurun waktu lima tahun terakhir berdasarkan jumlah SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) yang di terbitkan oleh instansi terkait:

TABEL 1.2

Jumlah UMKM di D.I.Yogyakarta Berdasarkan SIUP

No	Bidang Urusan	Sub Elemen	Tahun				
			2018	2019	2020	2021	2022
1	Perdagangan	Pengusaha Besar	1.125,00	270,00	270,00	270,00	-
2	Perdagangan	Pengusaha Menengah	3.235,00	1.221,00	1.221,00	1.221,00	-
3	Perdagangan	Pengusaha Kecil	44.404,00	8.678,00	8.678,00	8.678,00	-
4	Perdagangan	Pengusaha Mikro	3.435,00	2.893,00	2.893,00	2.893,00	-
5	Perdagangan	SIUP Diterbitkan	52.199,00	12.792,00	12.792,00	12.792,00	-

Sumber: Badan Perencanaan, Pembangunan, Penelitian, dan Pengembangan Provinsi Yogyakarta, 2022

Menurut Kwartono (2007) UMKM adalah sebuah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki harta kekayaan bersih maksimal Rp200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Di Dusun Putat Wetan, Kalurahan Putat, Kapanewon Patuk, Kabupaten Gunungkidul terdapat Kelompok Usaha Bersama bernama Seruputan dengan hasil olahan minuman tradisional dari bahan rempah-rempah. Produk olahan minuman tradisional tersebut diberi nama “Seruni” yaitu minuman herbal berbahan baku dari serai, jeruk nipis, dan gula.

Awal mula berdirinya Seruputan pada tahun 2019 adalah dari adanya Organisasi Ibu-ibu PKK yang ada di Dusun Putat Wetan, kemudian muncul nama “Seruputan” yang berarti Seruni dari Putat Wetan (WS, 39). Berdirinya Seruputan tidak lepas dari uluran tangan pemerintah. Hal tersebut didukung dengan adanya gelar atau label Desa Mandiri Budaya (DMB) yang diberikan kepada Kalurahan Putat pada tahun 2020 (WS, 39). Fakta tersebut

juga dikatakan oleh (SW, 33) selaku staf Kalurahan Putat. Dengan adanya gelar tersebut berarti Kalurahan Putat akan mendapatkan bantuan dana untuk mengembangkan potensi yang ada pada kalurahan tersebut. Selain bantuan dana dari Pemerintah Provinsi D.I.Yogyakarta melalui program Desa Mandiri Budaya. Selaku ketua kelompok (WS, 39) mengatakan bahwa Seruputan juga mendapatkan modal dalam bentuk pembiayaan pelatihan dari Kemendikbud melalui proposal yang diajukan oleh Tim Peneliti dari Himpunan Mahasiswa Teknik Geologi “GAIA”, INSTITUT AKPRIND Yogyakarta dalam Program PHP2D.

Berdirinya Seruputan pada tahun 2019 (WS, 39) Di Dusun Putat Wetan, Kalurahan Putat, Kapanewon Patuk, Kabupaten Gunungkidul telah memiliki anggota sebanyak 29 orang, akan tetapi yang dibimbing dan aktif hanya sekitar 15 orang anggota saja dengan rentang usia 30-50 tahun. Kelompok Usaha tersebut berasal dari warga RW 07 terdiri dari empat RT, yaitu RT 26, 27, 28, dan 29 yang berada di Dusun Putat Wetan dengan masing-masing dihuni oleh 29-34 Kepala Keluarga. Kelompok Usaha tersebut memiliki 3 divisi utama yaitu Divisi Produksi, Divisi Pengemasan, Divisi Pemasaran, serta pengurus inti yaitu Bendahara, Sekretaris dan Koordinator Kelompok. Sejak awal berdirinya hingga saat ini Seruputan mampu memproduksi Minuman Seruni untuk setiap bulanya rata-rata kurang dari 100 unit botol menurut pernyataan (WS, 39) selaku koordinator kelompok.

Bermula dari adanya pelatihan dari program PHP2D dan bantuan dana dari Pemerintah Provinsi D.I.Yogyakarta melalui program Desa Mandiri Budaya, hal tersebut yang kemudian mendorong berdirinya Kelompok Usaha Seruputan. Faktor lain yang juga menjadi alasan masih berkelanjutannya Usaha Seruputan adalah karena di daerah Putat Wetan memiliki potensi alam yang sangat melimpah, terutama tanaman obat keluarga (TOGA) yaitu serai dan jeruk nipis yang kebanyakan ditanam di lahan kosong sekitar halaman rumah warga.

Tidak hanya menanam TOGA, warga juga memproduksi bahan makanan serta minuman tradisional khas padukuhan yaitu hasil dari olahan petani lokal, utamanya palawija serta rempah-rempah. Minuman tradisional awal mulanya dikenal dengan sebutan “wedang” untuk menghangatkan badan serta menyembuhkan flu. Masyarakat lebih memilih konsumsi bahan-bahan herbal yang berasal dari hasil petani lokal berbentuk tumbuhan obat keluarga (TOGA) dikala mereka sakit ataupun untuk meningkatkan kebugaran badan. Menurut Kementerian Perdagangan RI (2012) pada awalnya masyarakat mengenal adanya “wedang uwuh” yang sudah sejak dahulu ada dan dikenal dapat meningkatkan daya tahan tubuh karena mengandung ginseng. Bahkan, jika berbagai kandungan bahan dalam wedang uwuh diuraikan satu persatu, khasiat yang dimilikinya sangat beragam. Menurut Munawaroh (2014) wedang uwuh memiliki manfaat yang dapat diperoleh jika kita mengonsumsinya secara teratur diantaranya menurunkan kolesterol, menghilangkan capek, menyegarkan badan, meningkatkan kekebalan tubuh, melancarkan sirkulasi darah, menyembuhkan dan mencegah masuk angin, menghangatkan badan, mengatasi sakit gigi, mengobati perut kembung, mengatasi sakit kepala, dan mengatasi obesitas.

Kelompok Usaha Seruputan memiliki keinginan untuk mengembangkan Produk Seruni dengan meningkatkan kualitas produknya. Dalam hal ini difokuskan pada pembuatan kemasan yang lebih menarik, memaksimalkan produksi dengan bahan yang ada, serta pada sektor pemasaran yang mana pada sektor ini menjadi salah satu kunci utama produk seruni tersebut supaya dapat dikenal oleh masyarakat luas. Dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat tentu akan meningkatkan daya beli konsumen, terutama konsumen yang baru mengenal produk seruni. Prinsip utama yang diterapkan oleh Kelompok Usaha Seruputan dalam memproduksi Minuman Seruni adalah menciptakan suatu produk minuman dengan

mengutamakan kualitas dan kehalalan dari produk tersebut. Kelompok usaha tersebut percaya dengan menjaga kualitas dan kehalalan produk yang mereka buat akan menciptakan rasa percaya dan tenang karena produk yang konsumen akan konsumsi sudah terbukti kehalalan dan kualitasnya yang baik. Halal dalam hal ini tidak hanya pada produk yang di produksi saja, melainkan pada cara jual beli yang dilakukan juga harus dengan cara yang halal. Seperti yang telah difirmankan oleh Allah subhanahu wa ta'ala di dalam Al Qur'an Surat Ar-Baqarah [2] ayat ke-275 berikut ini:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba.

Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhan-nya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah ‘azza wa jalla. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal didalamnya. Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah ‘azza wa jalla menghalalkan jual beli yang sah sesuai syariat islam dan meharamkan adanya praktik riba.

Keunggulan yang dimiliki oleh Seruputan dalam hal kualitas produk belum mampu dimanfaatkan dengan baik untuk dapat meningkatkan volume penjualan Minuman Seruni. Hal ini dikarenakan berbagai macam faktor salah satunya adalah perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2008) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menempatkan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen

menjadi sebuah tantangan permasalahan yang dihadapi oleh Seruputan dalam mengembangkan usahanya. Oleh karena itu untuk mengatasi adanya sebuah permasalahan ini Seruputan perlu membuat suatu strategi pemasaran yang mampu menarik minat konsumen untuk membeli Produk Minuman Seruni.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Masyarakat yang tinggal di daerah yang memiliki potensi alam yang berlimpah memiliki potensi untuk dikembangkan. Terutama daerah yang terdapat banyak tanaman rempah-rempah ataupun TOGA. Hal ini sangat menarik untuk dikembangkan sebagai peluang bagi masyarakat di daerah tersebut untuk dapat mengambil keuntungan lebih dari potensi yang ada di alam sekitar.

Menurut Dzakiya, dkk (2021) di daerah Putat Wetan, Kalurahan Putat, Kapanewon Patuk, Kabupaten Gunungkidul memang terdapat banyak tanaman TOGA yang bisa dijumpai hampir di setiap halaman rumah warga masyarakat di daerah tersebut. Adanya potensi tersebut mendorong masyarakat di daerah Putat Wetan terutama Kelompok Usaha Bersama Seruputan untuk membuat suatu produk minuman namun masih memiliki kendala pemasaran dikarenakan berbagai macam hal, baik masalah internal maupun eksternal dari Kelompok Usaha itu sendiri.

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) Kelompok Usaha Bersama Seruputan?
2. Bagaimana kondisi faktor eksternal (peluang dan ancaman) Kelompok Usaha Bersama Seruputan?

3. Bagaimana rumusan strategi pemasaran yang tepat diterapkan pada Kelompok Usaha Bersama Seruputan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) yang mempengaruhi strategi pemasaran Kelompok Usaha Bersama Seruputan.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi strategi pemasaran pada Kelompok Usaha Bersama Seruputan.
3. Mengkaji strategi pemasaran yang selama ini telah diterapkan oleh Kelompok Usaha Bersama Seruputan dalam memasarkan produknya.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari adanya penelitian ini adalah :

1. Memberikan sumbangan pemikiran kepada pemilik usaha yang cukup berarti bagi perkembangan Usaha Seruputan pada masa yang akan datang.
2. Sebagai bahan pertimbangan Kelompok Usaha Seruputan dalam menentukan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk menentukan volume penjualan.
3. Bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian/pengkajian lebih lanjut mengenai ekonomi kreatif.
4. Sebagai salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan program S1 Ekonomi Pembangunan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta.