

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sumatera Barat adalah provinsi penghasil gula merah dari tanaman tebu yang utama di luar Pulau Jawa. Produksi tanaman tebu yang berada di Sumatera Barat pada tahun 2024 adalah 8,60 ton (Lampiran 1). Kabupaten Agam yang mempunyai luas lahan tebu terbesar no 2 di Sumatera Barat pada tahun 2022 yaitu 5.298,00 Ha (Lampiran 2). Di Kabupaten Agam terdapat 5 kecamatan yang menghasilkan tebu yaitu Kecamatan Matur, Kecamatan Palembayan, Kecamatan Canduang, Kecamatan IV Koto dan Kecamatan Sungai Pua. Dimana Kecamatan Matur merupakan kecamatan yang paling besar dalam menghasilkan produksi tebu pada tahun 2023 yaitu sebesar 1.898 ton (Lampiran 3). Sedangkan nagari terbesar yang menghasilkan produksi tebu adalah Nagari Lawang.

Sebagai penghasil tebu di Nagari Lawang Kecamatan Matur Kabupaten Agam, perkembangan agroindustri tebu menjadi gula semut masih sangat lemah. Hal ini masih terhambat oleh berbagai tantangan dan permasalahan seperti pasar yang belum terbentuk, kemampuan daya saing yang masih lemah, serta kurangnya kemampuan pengetahuan tentang pemasaran digital.

Di kenagarian Lawang, produk gula semut belum banyak dikenal oleh masyarakat dan sampai saat ini pengolahan yang dilakukan masih sebatas gula cetak dan lainnya dijual dalam bentuk batang tebu. Disebabkan karena pembuatan gula semut yang rumit dan target pasar yang belum terbentuk. Padahal gula semut dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dengan ketersediaan bahan baku tebu yang melimpah.

Gula semut merupakan salah satu produk dari tebu yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan memiliki prospek yang sangat bagus untuk dikembangkan. Gula semut merupakan gula merah berbentuk serbuk, beraroma khas, dan berwarna kuning kecoklatan. Berdasarkan hasil penelitian dari Balai Penelitian Tanaman Palma Kementerian Pertanian Republik Indonesia, gula semut merupakan gula pengganti dari gula pasir, dengan

kadar gula yang lebih sedikit yang dapat memungkinkan penggunaanya terhindar dari diabetes (Jonrinaldi, 2017).

Gula semut memiliki jumlah kalori lebih kecil dibandingkan dengan gula putih sehingga gula semut sering disebut sebagai gula rendah kalori, dan gula semut memiliki indeks glikemik yang lebih rendah yaitu sebesar 35 sedangkan pada gula pasir indeks glikemiknya sebesar 58. Nilai indeks glikemik yang lebih rendah membuat gula semut lebih aman dikonsumsi dan tidak menyebabkan lonjakan kadar gula darah yang signifikan terutama bagi penderita diabetes (Wilberta, 2021).

Permintaan akan gula semut terus meningkat dari waktu ke waktu, hal ini tidak lepas dari usaha produsen gula semut yang terus melakukan pengembangan produksi dan juga pasarnya. Terutama terhadap target pasar industri yang sangat mempertimbangkan efisiensi, dan mengutamakan sisi kepraktisan dibandingkan dengan menggunakan gula merah biasa (Ningtyas, 2014).

Gula semut memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan gula merah, diantaranya adalah: (1) Dapat disimpan dalam kurun waktu lebih kurang dari dua tahun tanpa mengalami perubahan setelah dikeringkan dan dibungkus rapat; (2) Mudah larut dalam air dan bentuknya menarik; (3) Nilai ekonominya lebih tinggi; (4) Memiliki aroma khas dan; (5) Bentuknya kering dan tidak lembek (Jonrinaldi, 2017).

Persaingan dari segala arah ini merupakan suatu hal yang harus diperhatikan dalam menjalankan perusahaan agar terus berlanjutnya usaha yang ingin dikembangkan. Dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen dalam tingginya pertumbuhan bisnis maka akan terjadinya persaingan (Effendi dan Santoso, 2014).

Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah yang pesat membuat para pengusaha harus cermat dan memiliki strategi yang handal untuk terus mengembangkan industrinya. Permasalahan yang saat ini banyak dialami oleh para pengusaha mikro adalah masalah pemasaran. Sehingga untuk terus berkembang para pengusaha mikro harus memiliki strategi yang tepat dan terbaik.

Salah satu upaya pada suatu usaha untuk terus bertahan dari berbagai persoalan adalah dengan memiliki strategi pemasaran yang efektif. Menurut Kotler (2005), strategi pemasaran adalah pola pikir yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan, bisa mengenai strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya sebuah pengeluaran pemasaran. Salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau dapat lebih baik jika meningkat dari tahun ketahun selaras dengan kuantitas dan kualitas produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan. Pihak manajemen harus membuat strategi yang dapat memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada serta berusaha untuk mengurangi dampak ancaman yang ada dan menjadi suatu kesempatan.

Strategi pemasaran pada suatu usaha sangat menentukan perkembangan dan kelangsungan hidup usaha tersebut. Perumusan strategi pemasaran yang baik dalam sebuah usaha dapat dijadikan sebagai alat dalam memenangkan persaingan di pasar sasaran. Perumusan strategi yang baik juga dapat meningkatkan kemampuan usaha dalam menguasai pasar sasaran (Hutami, 2014).

Penelitian tentang strategi pemasaran gula semut sangat penting dilakukan karena strategi pemasaran akan menentukan bagaimana usaha tersebut tetap berkembang dan berkelanjutan, sehingga usaha ini dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar, serta menjaga agar usaha ini tetap menguntungkan dan tetap beroperasi. Namun tidak semua orang mengenal tentang produk gula semut, sedangkan gula semut mempunyai banyak manfaat untuk kesehatan tubuh seperti yang telah dijelaskan di atas. Hal inilah yang menjadikan latar belakang peneliti dalam melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran gula semut.

B. Rumusan Masalah

Salah satu usaha yang berada di Sumatera Barat adalah usaha gula semut yang berada di Nagari Lawang. Usaha gula semut ini merupakan usaha yang bergerak dibidang pengolahan dari hasil bahan baku pertanian menjadi

minuman, dimana usaha tersebut mengolah tebu sebagai bahan baku pembuatan minuman gula semut.

Usaha gula semut “Simanis” didirikan pada tahun 2016 yang beralamat di Jalan Panorama Puncak Lawang, Nagari Lawang, Kecamatan Matur, Kabupaten Agam, Sumatera Barat dan juga merupakan usaha gula semut yang pertama kali di Nagari Lawang. Usaha gula semut ini didirikan oleh Bapak Marwis sekaligus sebagai pemilik usaha gula semut. Produk gula semut Simanis ini sudah memiliki Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) (Lampiran 4), sertifikat merek Indonesia (Lampiran 5), dan sertifikat label halal (Lampiran 6).

Dari jumlah tenaga kerja usaha gula semut Simanis memiliki 4 tenaga kerja dimana 2 tenaga kerja berasal dari dalam keluarga dan 2 tenaga kerja lainnya dari luar keluarga. Dimana Bapak Marwis sebagai pemilik dan pemimpin yang merangkap sebagai tenaga kerja.

Usaha Gula Semut Simanis tergolong ke dalam usaha mikro dimana usaha ini milik perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang menurut “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 bahwa kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut”:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Berdasarkan hasil wawancara awal yang telah dilakukan dengan Bapak Marwis usaha gula semut ini sebenarnya dari kapasitas produksi dapat ditingkatkan karena ketersediaan bahan baku yang melimpah, akan tetapi terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh usaha gula semut Simanis yaitu yang pertama terdapatnya produk gula semut yang tidak habis terjual dalam satu kali produksi. Berdasarkan data di (Lampiran 4) bahwa dalam 5 bulan terakhir yaitu pada bulan Agustus – Desember 2025 produk gula semut yang tidak habis terjual terus mengalami penurunan sehingga pemilik usaha terus mengurangi produksinya setiap kali memproduksi gula semut. Untuk rata-rata produksi per periode yaitu 32,78 kg, untuk rata-rata

penjualan (habis terjual) per periode sebanyak 24,33 kg. Produksi Gula Semut Simanis mengalami penurunan total sebesar 75,00% dengan rata-rata penurunan 12,33% per periode, sedangkan untuk penjualan mengalami penurunan total sebesar 94,74% dengan rata-rata penurunan 26,19% per periode.

Permasalahan yang kedua yaitu belum terbentuknya pasar yang menyerap hasil produk gula semut sehingga proses produksi gula semut Simanis yang tidak menentu seperti satu atau dua kali dalam satu bulan atau bahkan hanya ketika terdapatnya permintaan dari konsumen. Untuk sekali produksi usaha Simanis ini mampu menghasilkan 40 kg gula semut. Apabila gula semut tersebut dalam kurun waktu 3 bulan belum habis terjual, maka produsen akan menarik produknya dan diganti dengan produk yang baru. Alasannya menurut bapak Marwis adalah agar menjaga kualitas dan keterbaruan dari produk gula semut tersebut. Untuk gula semut yang ditarik oleh produsen akan diolah kembali menjadi gula merah. Dalam proses pengolahan kembali produk yang tidak habis terjual menjadi gula merah tidak mengeluarkan biaya pengolahan tambahan, jadi produk gula semut tersebut akan dicampurkan ke dalam nira yang hampir mengental agar gula semut tersebut meleleh dan menyatu dan siap untuk dicetak ulang.

Permasalahan yang ketiga yaitu keterbatasan dalam mendistribusikan produk, dimana produk dari gula semut Simanis hanya mampu mengandalkan penjualan langsung di outlet dekat rumah dan melalui perantara dua toko oleh-oleh yang berada di jalan menuju objek wisata Puncak Lawang. Pemilihan toko ini didasarkan karena hanya dua toko tersebut yang selalu ramai dikunjungi oleh para wisatawan yang berkunjung untuk melihat penggilingan tebu tradisional dan mencari produk oleh-oleh lainnya.

Berdasarkan masalah-masalah yang telah dipaparkan dapat menggambarkan bahwa aspek pemasaran pada usaha gula Simanis belum efektif. Untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami maka usaha gula semut Simanis memerlukan strategi pemasaran yang cocok dan tepat. Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar.

Berdasarkan uraian dari latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi pemasaran usaha Gula Semut Simanis di Nagari Lawang Kecamatan Matur Kabupaten Agam?
2. Bagaimana rumusan strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan pada usaha Gula Semut Simanis di Nagari Lawang Kecamatan Matur Kabupaten Agam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang ada maka tujuan dari penelitian ini yaitu adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi pemasaran usaha Gula Semut Simanis di Nagari Lawang Kecamatan Matur Kabupaten Agam.
2. Untuk merumuskan strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan pada usaha Gula Semut Simanis di Nagari Lawang Kecamatan Matur Kabupaten Agam.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti serta menjadi pembelajaran berharga mengenai usaha gula semut. Kecamatan Matur, Kabupaten Agam.
2. Bagi pengusaha, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta dapat meningkatkan usahanya.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat menjadikan Nagari Lawang menjadi nagari yang mampu mengembangkan usaha gula semut dan dapat membantu usaha yang dikelola masyarakat.