

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Program Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) merupakan program yang pelaksanaannya diintegrasikan dengan program KB (Keluarga Berencana), yang bertujuan untuk meningkatkan kondisi ekonomi keluarga. Tanpa kondisi ekonomi yang baik, mustahil keluarga akan dapat meningkatkan kualitas kehidupan. Kegiatan usaha ini telah dirintis dan dipelopori oleh BKKBN yang merupakan model usaha mikro keluarga yang berfungsi untuk menggerakkan roda ekonomi keluarga melalui pembelajaran usaha ekonomi dengan cara menggugah minat dan semangat keluarga untuk berwirausaha.

Untuk mengembangkan kelompok UPPKS (Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera) ini banyak kegiatan yang telah dilakukan oleh pemerintah yang dimotori oleh BKKBN. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain (1) memberikan bantuan fasilitas permodalan kepada kelompok yang meliputi dana bergulir, dana BUMN, Kukesra, Kredit Pengembangan Kemitraan Usaha (KPKU), dan Kukesra Mandiri; (2) pembinaan dan pengembangan usaha kelompok UPPKS melalui kegiatan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat dalam kegiatan tersebut, pembinaan kemitraan baik dalam hal permodalan, SDM, produksi, manajemen usaha, penerapan teknologi tepat guna dan pemasaran; (3) pembinaan jaringan usaha yang bertujuan untuk

meningkatkan akses anggota kelompok ini dengan berbagai pihak; (4) pembinaan produksi agar kelompok UPPKS menghasilkan produk, baik kuantitas maupun kualitas, yang sesuai dengan permintaan pasar.

Berbagai strategi digunakan para pengusaha UPPKS untuk meningkatkan pemasaran produknya, dari mulai menciptakan produk yang dibutuhkan konsumen, memberikan harga yang sesuai dengan target pasar, memilih lokasi usaha yang strategis, serta melakukan kegiatan promosi yang mendukung peningkatan penjualan

Kelompok UPPKS di daerah Kulon Progo ini anggotanya terdiri atas masyarakat yang kurang mampu, yang kurang mendapatkan pengetahuan tentang berwirausaha. Sehingga anggota UPPKS saat ini mendapatkan binaan dari Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). BKKBN membantu kelompok UPPKS dari segi ketrampilan, modal, dan alat-alat. Dengan bantuan dari BKKBN anggota UPPKS dapat menghasilkan berbagai macam produk makanan yang terdiri atas emping mlinjo, enting-enting jahe, wingko babat, ceriping pisang, ceriping tela, keripik tempe. Tetapi kelompok UPPKS juga mempunyai usaha lain yaitu pertanian dan peternakan. Bahan dari produk-produk makanan yang dihasilkan di dapat dari daerah sekitar mereka tinggal, karena di daerah mereka tinggal banyak sekali bahan-bahan yang bisa dijadikan produk yang berkualitas. Kurangnya pengetahuan dalam mengolah bahan-bahan yang ada disekitar sehingga mereka kesusahan dalam membuat produk yang berkualitas sehingga mereka hanya bisa membuat produk yang sama

dengan pedagang lain. Mereka memproduksi produk yang sama dikarenakan mereka melihat pedagang lain dalam menjual produknya berhasil sehingga mereka mencoba membuat produk yang sama dengan harapan bisa berhasil seperti pedagang lain. Tetapi hasilnya produk yang dihasilkan sulit berhasil dan sulit mendapatkan keuntungan. Produk yang mereka hasilkan tidak berkualitas seperti pedagang lain sehingga produk susah untuk mendapatkan pelanggan. Produk dari pertanian adalah padi, palawija. Sedangkan hasil dari peternakan adalah ternak sapi, kambing, dan macam-macam ikan. Hasil dari pertanian dan peternakan dijual melalui kerja sama dengan pedagang lain atau diambil tengkulak karena apabila dijual di daerah sekitar susah laku.

Lebih dari itu, banyak pelaku usaha yang tidak berani menentukan target pasar yang lebih spesifik. Kebanyakan pelaku usaha memilih memproduksi produk yang bisa diterima oleh semua orang, ini menjadi kelebihan sekaligus kekurangan di bidang pemasaran. Kelebihannya, pelaku usaha memiliki sasaran pasar yang lebih luas, namun kekurangannya konsumen tidak mendapatkan nilai lebih dari produk yang dihasilkan. Sehingga produk yang dihasilkan tetap bisa memberikan nilai lebih bagi semua orang, dengan tetap memperhatikan kebutuhan tiap segmen pasar yang berbeda.

Selanjutnya, kebanyakan tampilan kemasan produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha di UPPKS lebih menekankan keunggulan produk tersebut dibandingkan cara pengemasannya dan belum ada penjelasan

mengenai nilai gizi di dalam kemasannya. Jadi penjelasan yang diterima konsumen kurang lengkap dan pemahaman konsumen akan produk tersebut juga kurang. Maka tak heran jika konsumen kurang tertarik dengan produk tersebut, karena konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk berdasarkan informasi yang dicantumkan pada kemasan produk tersebut. Sedangkan untuk pertanian pelaku usaha kurang memilih bibit padi dan palawija yang berkualitas sehingga hasil dari padi dan palawija kurang begitu bagus. Konsumen kurang meminati hasil dari padi dan palawija yang dihasilkan oleh kelompok UPPKS. Sedangkan untuk hasil dari peternakan dalam pembibitan ikan kurang memilih bibit ikan yang baik dan dalam memberikan makanan untuk ternak kurang begitu di perhatikan dikarenakan kesulitan mencari makanan yang baik untuk ternak mereka dan mereka hanya memberikan makanan yang bisa di dapatkan di daerah sekitar mereka tinggal. Sehingga konsumen tidak bisa mendapatkan hasil ternak yang berkualitas baik di kelompok UPPKS.

Kesalahan yang juga tidak banyak disadari oleh para pelaku usaha di kelompok UPPKS adalah bila pemasaran suatu produk telah berhasil menjaring pelanggan, biasanya pelaku tersebut merasa puas. Banyak pelaku usaha yang sudah merasa puas bila memperoleh banyak pelanggan baru. Sampai-sampai pelanggan yang lama diabaikan dan hilang begitu saja, karena pelaku usaha terlalu fokus mencari pelanggan baru. Sehingga pemasaran tidak bertambah luas, tetapi hanya berganti pelanggan saja.

Harga-harga dari produk yang dihasilkan kelompok UPPKS relatif mahal daripada pedagang lain, dikarenakan dalam menentukan harga dari bahan baku, biaya operasional, dan tenaga. Kelompok UPPKS dalam mendapatkan bahan baku dari daerah sekitar dan apabila di daerah sekitar habis pelaku usaha mencari di daerah lain sehingga biaya untuk mencari bahan ke tempat lain mahal. Kebanyakan kelompok UPPKS dalam menentukan harga juga disesuaikan dengan harga di pasaran karena apabila harga lebih murah dari harga pasaran mereka tidak mendapatkan untung dan tidak bisa memproduksi lagi, karena yang dihasilkan dari kelompok UPPKS tidak partai besar, mereka hanya memproduksi sedikit sehingga harga sedikit dinaikkan dari pedagang lain. Kelompok UPPKS memproduksi dalam jumlah banyak mereka membutuhkan biaya yang lebih, dan produk sulit laku.

Salah satu bentuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh anggota UPPKS adalah melalui promosi. Promosi yang dilakukan oleh kelompok UPPKS adalah promosi lisan/dari mulut ke mulut. Kelompok UPPKS tidak berani mempromosikan produk mereka dengan cara promosi menggunakan surat kabar, internet karena biaya promosi yang mahal dan keuntungan yang di dapat tidak sebanding dengan biaya promosi sehingga mereka hanya melakukan promosi lisan, saling percaya antara pembeli dengan penjual dan kualitas dari produk yang baik. Sebenarnya pelaku usaha di kelompok UPPKS ingin sekali mempromosikan menggunakan

surat kabar atau internet agar produk yang mereka jual mudah dikenal orang, mendapatkan pelanggan yang banyak.

Dengan adanya promosi, membantu para pelaku usaha di UPPKS untuk menginformasikan hasil produksinya kepada pangsa pasar. Selain itu promosi, juga membantu para pelaku usaha untuk meningkatkan angka penjualan produk guna meraih omzet yang mereka targetkan. Tetapi pelaku usaha di UPPKS kurang menciptakan strategi promosi yang baru dan berbeda dengan pelaku usaha lainnya agar produk yang dihasilkan memiliki nilai lebih dimata para konsumen. Hindari pula pemasaran dengan menjatuhkan produk pesaing, karena akan membuat konsumen tidak yakin dengan kualitas produk yang dihasilkan. Pelaku usaha UPPKS dalam memproduksi hanya dapat meniru orang lain yang sudah lebih dulu memproduksi. Misalnya sesama kelompok UPPKS ada yang memproduksi enting-enting jahe dan emping mlinjo yang lain mengikuti memproduksi enting-enting jahe dan emping mlinjo. Cara memasarkan enting-enting jahe dan emping mlinjo pun sama, sehingga konsumen kurang berminat. Kualitas produk yang tidak didukung promosi produk, hanya akan kalah bersaing dengan produk lain karena banyak produk baru muncul dengan kualitas yang lebih bagus. Untuk itu perlu diciptakan strategi promosi yang unik, untuk menarik minat konsumen yang menjadi target pasar.

Meskipun telah melakukan berbagai kegiatan pemasaran, namun masih ada juga pelaku usaha yang tidak berhasil menjalankan pemasaran produknya. Sehingga strategi yang dipakai tidak mampu meningkatkan

omzet penjualan mereka. Hal ini mungkin saja terjadi, karena masih banyak pelaku usaha yang melakukan kesalahan dalam menjalankan usahanya. Bisa jadi kualitas produknya yang bermasalah atau bisa juga terdapat kesalahan dalam strategi promosinya atau selama ini jarang pelaku usaha di UPPKS yang kurang menciptakan inovasi dalam pemasaran produknya. Di kelompok UPPKS dalam mempromosikan hanya di daerah sekitar mereka tinggal tetapi apabila PKK atau di Kabupaten Kulon Progo mengadakan event/kegiatan kelompok UPPKS ini baru menjual produk yang mereka produksi di luar daerahnya. Kebanyakan pelaku hanya fokus pada caranya saja, namun jarang mengevaluasi strategi yang sudah digunakan. Sehingga mereka tidak mengetahui kesalahan strategi pemasaran yang diterapkannya.

Lokasi penjualan UPPKS jauh dengan pusat kota karena di desa lebih mudah mendapatkan bahan baku, tenaga kerja dari lingkungan sekitar, susahnya transportasi sehingga produsen kesulitan dalam mendistribusikan produknya. Awalnya mereka menjual di daerah sekitar tempat tinggal karena mereka ingin memperkenalkan produk mereka ke orang lain. Selama ini banyak pelaku usaha di UPPKS yang mengharapkan pelanggannya datang sendiri, namun tidak memiliki strategi pemasaran khusus yang mampu menarik minat konsumen. Pelaku usaha selalu berfikiran bahwa produk yang berkualitas tanpa dipromosikanpun dapat mendatangkan konsumen. Padahal sebagus apapun produk yang dihasilkan tidak akan diketahui konsumen tanpa

adanya pemasaran yang mendukung. Kelompok UPPKS juga ingin menjual ke luar kota, dalam mengembangkan hasil produksi bekerja sama dengan distributor yang ada di luar kota. Tetapi kelompok UPPKS dalam menjual produknya cenderung dilakukan dengan cara tradisional (barang dititipkan ke warung atau dijual sendiri) dikarenakan sulitnya transportasi. Dengan menjual dititipkan di warung tidak menambah biaya untuk transportasi, lebih mudah melihat produknya bisa diterima masyarakat atau tidak, tidak perlu memproduksi dalam jumlah banyak.

Adanya kemungkinan kesalahan dalam pemasaran produk UPPKS ini sangat disadari oleh para pembina kelompok UPPKS di level Kabupaten dalam hal ini Kasubid Pemberdayaan Ekonomi Keluarga maupun oleh para Penyuluhan Keluarga Berencana (PKB) selaku pembina kelompok di lapangan. Namun karena keterbatasan pengetahuan dan wawasan para PKB (Penyuluhan Keluarga Berencana) terhadap strategi pemasaran mengingat hal itu bukan spesifikasinya, kegiatan evaluasi pemasaran produk UPPKS sering tidak berjalan dengan optimal sehingga hasilnya juga menjadi tidak efektif dalam rangka meningkatkan omzet penjualan produk UPPKS.

Sehubungan dengan hal tersebut, penulis merasa tertarik untuk melaksanakan penelitian mengenai “STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA KELOMPOK USAHA PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA SEJAHTERA (UPPKS) DI KABUPATEN KULON PROGO TAHUN 2011“

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di muka maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Dari segi produk

Kelompok UPPKS kurang menciptakan produk yang berbeda atau unik dari pedagang lain

2. Dari segi harga

Harga-harga dari produk di kelompok UPPKS cenderung lebih mahal dari pedagang lain

3. Dari segi promosi

Promosi yang dilakukan kelompok UPPKS tidak menggunakan media internet, surat kabar

4. Dari segi distribusi

Lokasi penjualan di kelompok UPPKS jauh dengan pusat kota

### **C. Batasan Masalah**

Pada penelitian ini penulis membatasi permasalahan hanya pada “ Strategi Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi) Pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) Di Kabupaten Kulon Progo Tahun 2011 “

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan beberapa masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi produk di dalam kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) di Kabupaten Kulon Progo?
2. Bagaimana strategi harga di dalam kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) di Kabupaten Kulon Progo?
3. Bagaimana strategi promosi di dalam kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) di Kabupaten Kulon Progo?
4. Bagaimana strategi distribusi di dalam kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) di Kabupaten Kulon Progo?

### **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian tentang bauran pemasaran kelompok UPPKS ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui strategi produk di kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) di Kabupaten Kulon Progo
2. Mengetahui strategi harga di kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) di Kabupaten Kulon Progo

3. Mengetahui strategi promosi di Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) di Kabupaten Kulon Progo
4. Mengetahui strategi distribusi di Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) di Kabupaten Kulon Progo

## F. Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
  - a) Dapat mengetahui bauran pemasaran pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera di Kabupaten Kulon Progo
  - b) Merupakan latihan bagi penulis untuk mendefinisikan masalah, menganalisa situasi serta mengadakan penyelidikan mengenai bauran pemasaran
  - c) Untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan baik dalam menetapkan strategi produk, harga, promosi, distribusi
2. Bagi Kelompok UPPKS
  - a) Sebagai bahan pertimbangan dalam mengantisipasi perkembangan permasalahan perusahaan di bidang pemasaran
  - b) Memberikan sumbangan kepada kelompok UPPKS dalam penyempurnaan kebijakan dalam hal bauran pemasaran

### 3. Bagi Pihak Lain

- a) Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang tertarik dengan bidang ini
- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi yang kelak bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya