

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara umum, strategi merupakan sekumpulan kegiatan yang terintegrasi yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kekuatan jangka panjang. Dalam kegiatan usaha, strategi merupakan bentuk dari tanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan usaha guna meningkatkan dan menjaga kestabilan usaha.

Strategi menurut (Haming & Nurnajamiddin, dalam Pratiwi, 2022) menyatakan bahwa strategi adalah bentuk dari visi umum yang menyatukan organisasi, menyediakan acuan konsistensi dalam pengambilan keputusan, serta guna menjaga perusahaan agar tetap bergerak pada arah yang benar. Maka dari itu, strategi pada dasarnya ialah bentuk terjemahan visi perusahaan ke dalam bentuk rumusan kebijakan jangka panjang sehingga dapat dijadikan pedoman dalam menjalankan perusahaan menuju ke arah yang telah direncanakan.

Menurut Stephanie K. (dalam Pratiwi, 2022) strategi merupakan suatu proses perumusan rencana dari manajemen puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, serta perumusan suatu cara guna tercapainya tujuan perusahaan. Oleh karena itu, strategi menjadi kerangka acuan bagi perusahaan terhadap hal-hal yang menentukan bentuk dan arah kegiatan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Strategi menjadi landasan penting bagi sebuah perusahaan dalam mengukur keputusan yang relevan terkait dengan sumber daya perusahaan.

Menurut Johnson dan Scholes (dalam Pratiwi, 2022) strategi ialah sebuah arah pergerakan organisasi untuk jangka panjang guna beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis, serta yang paling utama menjadi kaidah dalam pelaksanaan komitmen organisasi terhadap setiap ekspektasi pasar, pelanggan serta para stakeholder.

Sedangkan pengembangan usaha, secara umum merupakan segala aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam upaya mengembangkan perusahaan ke arah yang menuju tercapainya kestabilan perusahaan sehingga perusahaan dapat berdiri untuk jangka waktu yang lama serta segala menjaga tujuan perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar dan sebagai pemenuhan kewajiban terhadap stakeholder.

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk mendapatkan usaha yang lebih maju dan berkembang. Melaksanakan pengembangan usaha dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain (Anoraga, 2007 dalam Hardianti, 2019).

Pengembangan usaha menurut Afridhal (2017) merupakan tindakan yang menuntut para manajemen puncak dalam mengembangkan usaha perusahaan guna terealisasinya tujuan perusahaan yang bersifat jangka panjang. Pengembangan usaha menjadi hal yang mempengaruhi kehidupan perusahaan dalam jangka panjang, paling tidak selama 5 tahun. Oleh sebab itu, pengembangan usaha selalu berfokus pada masa depan, fokus pada bagaimana prospek ke depannya perusahaan

dalam menjalankan bisnis atau usaha perusahaan sehingga terwujudnya tujuan dan harapan perusahaan.

Menurut Allan Affuah (dalam Pratiwi, 2018), pengembangan usaha ialah seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam mengembangkan bisnis yang dijalankan sehingga terciptanya pemenuhan kebutuhan pasar dan konsumen. Pengembangan usaha menjadi cara bagi perusahaan dalam mewujudkan permintaan pasar dan kebutuhan konsumen, serta merealisasikan visi-misi perusahaan dalam bentuk rangkaian kebijakan yang berguna menjaga keutuhan dan kestabilan perusahaan. Selain itu, pengembangan usaha menjadi hal wajib bagi para pemangku manajemen puncak sebagai bentuk tanggung jawab terhadap sumber daya manusia yang menggantungkan hidup pada perusahaan tersebut.

Strategi pengembangan usaha menurut Khoironi (2023) ialah rangkuman tujuan, kebijakan, perencanaan, serta aktivitas yang dilakukan perusahaan yang saling berintegrasi dan ditujukan guna mengidentifikasi kesempatan usaha di tengah pasar serta mempertahankan keberlangsungan usaha guna mencapai kesuksesan usaha.

Menurut Karyoto (dalam Rizki, 2022) strategi pengembangan usaha adalah langkah untuk mengembangkan kegiatan usaha perusahaan seperti mengembangkan produk, mengembangkan penjualan, mengembangkan konsumen, meningkatkan laba serta mengembangkan nilai produk, dan meningkatkan manfaat produk juga distribusi produk. Oleh karena itu, strategi pengembangan usaha selalu berkaitan dengan kegiatan dalam menghasilkan produk dan memasarkan produk tersebut. Sehingga, sering diketahui bersama inovasi dalam hal produksi dan promosi menjadi hal wajib dalam strategi pengembangan usaha.

Menurut Asman (dalam Rizki, 2022) strategi pengembangan usaha merupakan semua kegiatan dalam membenahi implementasi kerja perusahaan baik di masa sekarang ataupun di masa yang akan datang dengan cara menyampaikan informasi yang dapat mempengaruhi sikap dan juga kinerja perusahaan ke arah lebih baik dalam mencapai kesuksesan bisnis.

Setiap perusahaan harus memiliki strategi dalam mengembangkan usahanya. Dalam hal ini, strategi pengembangan usaha wajib dilakukan oleh setiap perusahaan baik perusahaan dengan sektor bisnis besar maupun kecil. Strategi pengembangan usaha dirancang sesuai dengan misi, sasaran serta kebijakan perusahaan. Usaha yang berkembang akan memberikan daya saing tersendiri, sehingga perputaran roda ekonomi dalam masyarakat akan lebih baik serta daya beli masyarakat juga akan ikut meningkat. Pengembangan usaha dilakukan guna menjaga ekistensi usaha agar tetap produktif dan meningkatkan pendapatan pelaku usaha dalam jangka panjang serta meminimalisir kerugian usaha yang berlebih.

Usaha pembuatan gula merah merupakan usaha yang bergerak di bidang hasil pertanian. Usaha tersebut cukup menjanjikan, karena seiring berkembangnya usaha kuliner atau industri pengolahan makanan dan minuman. Gula Merah merupakan salah satu bahan pemanis untuk pangan yang berasal dari pengolahan nira pohon aren. Nira adalah cairan yang keluar dari tandan bunga jantan yang telah dimemarkan tadi, bercita rasa manis dan berwarna jernih sedikit keruh. Menurut data dari Direktorat Dagang Kecil Menengah dan Produk Dalam Negeri Kementerian Perdagangan pada tahun 2017 permintaan domestik mencapai 20 ton per bulan, sedangkan kapasitas produksi nasional hanya di kisaran 5-10 ton per

bulan. Dengan demikian, usaha pembuatan gula dapat berkembang lebih pesat lagi melihat permintaan pasar yang begitu besar.

Desa Siulak-Ulak merupakan desa yang mana banyak tumbuh subur pohon aren penghasil nira untuk bahan baku pembuatan gula merah. Terdapat banyak wirausaha gula merah di desa tersebut, yang mana dari banyaknya usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak peneliti mengambil 9 (Sembilan) pengusaha gula merah yang menjadi sample untuk penelitian ini. Usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak merupakan usaha rumahan sederhana. Pada proses pembuatan gula merah tersebut yang hanya melibatkan keluarga saja memperlihatkan bahwa industri pembuatan gula merah ini masih sangat sederhana dan membutuhkan kreativitas, inovasi dan motivasi untuk pengembangan usaha yang lebih maju lagi.

Tabel 1. 1 Produksi Gula Merah Bulan Januari 2024

No	Pemilik Usaha	Jumlah Produksi
1	Bu Herlina	105 Kg
2	Ibu Mega	75 Kg
3	Bu Jubaida	90 Kg
4	Bapak Mustar	90 Kg
5	Bu Ngatini	50 Kg
6	Bapak Ngadimen	75 Kg
7	Bapak Muallim	60 Kg
8	Bu Qori	70 Kg
9	Bu Semi	60 Kg

(Sumber: Data Observasi Peneliti, 2024)

Usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak merupakan sektor usaha yang sangat memiliki nilai potensial yang tinggi. Harga gula merah yang dijual oleh para pengrajin lebih mahal dari pada gula pasir. Para pembuat gula merah di Desa Siulak-Ulak dijual dengan harga Rp 22.000 per kg. Jika usaha gula pasir atau gula putih yang kita ketahui bersama cenderung telah memasuki produksi pabrikan yang jauh lebih modern, maka usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak diproduksi dengan

cara yang masih sederhana dan tradisional. Para pengrajin gula merah di Desa Siulak-Ulak mendapatkan bahan baku nira aren dari pohon aren yang tumbuh alami di ladang mereka sendiri.

Akan tetapi, ada beberapa hal yang menjadi permasalahan dalam usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak yaitu (1) Keterbatasan bahan baku air nira sebagai bahan baku dasar pembuatan gula merah yang mana ada masa dimana pohon aren berhenti untuk memproduksi air nira, di kondisi tertentu ketika pohon aren dalam masa produktif air nira yang dipanen tidak bisa memenuhi tahang bambu dalam satu hari sehingga para pengrajin harus menunggu dua samapi tiga hari untuk bisa memperoleh air nira dalam jumlah yang cukup untuk pembuatan gula merah. (2) Para pengrajin gula merah di Desa Siulak-Ulak sampai saat ini memproduksi gula merah hanya dalam bentuk padatan saja, yang mana gula merah bisa diolah menjadi berbagai macam produk berkualitas dan bernilai jual tinggi. (3) Sistem pemasaran yang masih sederhana, para pengrajin menjual produknya berdasarkan pesanan, biasanya yang memesan gula merah mereka adalah para pemilik usaha makanan yang menggunakan gula merah sebagai bahan baku pembuatan produk mereka atau para ibu rumah tangga yang memesan untuk keperluan hajatan atau sekedar untuk kebutuhan memasak saja. Para pengrajin memanfaatkan pengalaman para pembeli sebelumnya yang merasa puas dengan gula merah mereka sehingga menyampaikan informasi tersebut kepada orang lain yang pada akhirnya berpotensi menjadi pelanggan.

Usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak ini menjadi usaha rumahan yang mana masih terbilang kecil dengan hanya mengandalkan pemilik usaha sebagai pekerja dalam proses pembuatan gula merah tersebut. Proses produksi gula merah

ini dibuat setiap hari atau paling tidak 2-3 hari sekali. Dibutuhkan inovasi dari aspek produksi dan penjualan agar usaha gula merah ini dapat berkembang lebih pesat.

Strategi pengembangan usaha sangat menentukan dalam meningkatkan produksi dan penjualan, selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nilam Nurhijjah & Erni Panca Kurniasih (2021) dalam Strategi Industri Gula Aren Di Desa Nanga Menterap Kecamatan Sekadau Hulu Kabupaten Sekadau, yang mana pada penelitian tersebut implementasi strategi pengembangan usaha yang dilakukan pada industri gula merah di Desa Sekadau Hulu dilakukan dengan cara mengoptimalkan penanganan bahan baku dengan meningkatkan jumlah produksi, meningkatkan promosi agar memiliki daya jangkauan pemasaran yang luas.

Dengan demikian, untuk meningkatkan produksi dan penjualan serta mengatasi keterbatasan bahan baku, pihak pengrajin gula merah di Desa Siulak-Ulak harus menerapkan strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan produksi dan penjualan yang efektif dan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar. Dengan inovasi produk serta melakukan promosi atau pemasaran yang baik, maka masyarakat akan lebih mengetahui dan tertarik untuk membeli gula merah tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Produksi Dan Penjualan Pada Usaha Gula Merah Di Desa Siulak-Ulak”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagaimana strategi mengatasi keterbatasan bahan baku nira aren pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak?
- 2) Bagaimana strategi produksi untuk meningkatkan produksi pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak?
- 3) Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak?

1.3 Fokus Penelitian

Untuk memperjelas ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini ditetapkan fokus penelitian akan dapat diperoleh suatu kejelasan data yang tepat dan akurat terhadap aspek-aspek yang harus diungkapkan:

- 1) Strategi mengatasi keterbatasan bahan baku
Adapun yang menjadi fokus penelitian mencakup dimana air nira aren sebagai bahan baku pembuatan gula merah mudah didapatkan sehingga ketersediaan bahan baku tercukupi.
- 2) Strategi produksi
Fokus penelitian mencakup strategi inovasi produk pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak.
- 3) Strategi penjualan
Fokus penelitian mencakup bagaimana strategi penjualan atau pemasaran yang tepat pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan diatas maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Untuk mendeskripsikan strategi penanganan keterbatasan bahan baku air nira pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak.
- 2) Untuk menganalisis strategi produksi pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak.
- 3) Untuk menganalisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Secara teoritis, hasil dari penelitian ini dapat mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang Administrasi Bisnis khususnya tentang strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan produksi dan penjualan pada usaha gula merah di Desa Siulak-Ulak.
- 2) Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan sumbangan pikiran serta saran yang dapat membantu masyarakat untuk mengetahui bagaimana menganalisis strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan produksi dan penjualan gula merah di Desa Siulak-Ulak.