BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan ekonomi di tingkat desa merupakan bagian penting dari upaya pemerataan kesejahteraan masyarakat dan penguatan perekonomian nasional. Salah satu strategi untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan memberdayakan masyarakat melalui pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang berbasis pada potensi lokal. Kelompok Usaha Serba Guna merupakan salah satu bentuk kelembagaan ekonomi masyarakat yang didirikan untuk mengelola usaha bersama guna meningkatkan taraf hidup anggotanya. Desa Dunggala, yang terletak di Kecamatan Batudaa Kabupaten Gorontalo, merupakan daerah yang memiliki potensi sumber daya alam melimpah, khususnya tanaman kelapa. Potensi ini dimanfaatkan oleh masyarakat setempat melalui kegiatan pengolahan kelapa menjadi minyak kelapa. Minyak kelapa merupakan produk bernilai ekonomi yang memiliki banyak manfaat, baik untuk kebutuhan rumah tangga, kesehatan, maupun industri. Melalui pengelolaan, usaha pengolahan minyak kelapa menjadi salah satu sumber pendapatan alternatif bagi masyarakat desa.

Namun, dalam pengembangannya, usaha pemasaran minyak kelapa masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa di antaranya meliputi keterbatasan dalam akses pasar, minimnya pemahaman tentang teknik pemasaran modern, rendahnya daya saing produk, serta persaingan dengan produk serupa dari luar daerah yang telah memiliki merek dagang yang lebih dikenal. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemasaran menjadi aspek yang sangat krusial dalam kelangsungan dan pertumbuhan usaha minyak kelapa di Desa Dunggala. Kelompok usaha minyak kelapa "Serba Guna" selama ini belum mempunyai landasan atau pegangan strategi dalam memasarkan produknya, yang mana selama ini Kelompok Usaha minyak kelapa "Serba Guna" melakukan pemasaran yang dulunya hanya lewat pameran-pameran dan sekarang melalui permintaan custumer, Kelompok Usaha memiliki keterbatasan sumber daya, dan tenaga kerja, yang dapat menghambat kemampuan kelompok usaha dalam mengembangkan potensi, kelompok usaha juga memiliki keterbatasan akses, seperti akses ke informasi, dan teknologi sehingga hasil yang diperoleh tidak maksimal, hal ini berdampak pada tidak tercapainya target penjualan,

keuntungan yang diinginkan, dan menurunnya penjualan jenis item produk serta tidak merata penjualan setiap item. Dalam konteks ini, sangat penting untuk melakukan analisis menyeluruh terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pemasaran produk tersebut. Faktor internal dapat mencakup aspek-aspek seperti kualitas produk, kapasitas produksi, dan keterampilan manajerial anggota. Sementara itu, faktor eksternal mencakup peluang pasar, dukungan kebijakan pemerintah, perkembangan teknologi, serta dinamika persaingan pasar. Analisis SWOT *(Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)* menjadi alat yang tepat untuk mengidentifikasi faktor-faktor tersebut secara sistematis. Berdasarkan analisis tersebut, selanjutnya diperlukan penyusunan strategi pemasaran yang tepat agar usaha minyak kelapa "Serba Guna" dapat berkembang secara optimal dan berkelanjutan. Strategi pemasaran yang dirancang harus mampu memaksimalkan potensi kekuatan dan peluang, sekaligus meminimalisir kelemahan dan mengantisipasi ancaman yang ada. Dengan demikian, sangat dibutuhkan pengoptimalan terhadap suatu strategi pemasaran dalam mendukung perencanaan yang berlanjut baik dari segi internal maupun eksternal kelompok usaha. Keberhasilan suatu kelompok usaha dalam memasarkan produk-produk di pasaran itu sangat bergantung pada taktik dan strategi pemasaran yang digunakan. Ketepatan penggunaan strategi pemasaran oleh kelompok usaha dapat dilihat dari bagaimana kemampuan kelompok usaha tersebut dalam menciptakan, memelihara dan mengembangkan kebutuhan konsumen secara berkesinambungan. Tidak jarang terjadi masalah keterlambatan peningkatan omset penjualan dalam suatu kelompok usaha, sehingga diperlukan analisis penyebab hal tersebut apakah karena kurang efektifnya strategi pemasaran yang telah dilakukan atau mungkin dipengaruhi oleh keadaan konsumen baik itu dari selera, maupun perilaku konsumen yang sudah berubah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan atas Latar Belakang di atas, maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Faktor – faktor internal dan eksternal apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi pemasaran minyak kelapa pada kelompok usaha serba guna di Kecamatan Batudaa Kabupaten Gorontalo?
2. Bagaimana strategi pemasaran minyak kelapa yang tepat pada kelompok usaha serba guna di Kecamatan Batudaa Kabupaten Gorontalo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi pemasaran pemasaran minyak kelapa pada kelompok usaha serba guna di Kecamatan Batudaa Kabupaten Gorontalo
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang tepat bagi pemasaran minyak kelapa pada kelompok usaha serba guna di Kecamatan Batudaa Kabupaten Gorontalo

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi ruang lingkup akademik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah terutama pada bidang disiplin keilmuan manajemen agribisnis dalam aspek pemasaran, sehingga dapat menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman serta pemahaman dalam mengkaji penerapan konsep dan teori.
2. Bagi petani, penelitian ini sebagai bahan informasi dan peran pemasaran bagi masyarakat sangat penting baik itu menyangkut aspek kehidupan termasuk bidang ekonomi dan sosial.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini juga sebagai informasi dan salah satu pertimbangan dalam pengambilan kebijakan, larangan impor, kebijakan subsidi harga dan kebijakan pembelian pemerintah.