

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Minyak goreng merupakan minyak yang diperoleh dari lemak tumbuhan dan hewan yang telah dimurnikan dan berbentuk cair. Minyak goreng berfungsi sebagai penghantar panas, penambah rasa gurih dan sebagai penambah nilai kalori bahan pangan. Minyak goreng yang di produksi untuk keperluan rumah tangga biasanya berasal dari tanaman kelapa. Minyak goreng kelapa (*coconut cooking oil*) merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia sebagai alat pengolah bahan-bahan pangan yang diproduksi dari daging kelapa sebagai bahan baku. Minyak goreng kelapa (*coconut cooking oil*) dihasilkan dari daging kelapa yang ekstraksi yang kemudian akan menghasilkan dua jenis minyak goreng kelapa (*coconut cooking oil*), yaitu minyak goreng kelapa murni / Virgin Coconut Oil (VCO) dan minyak goreng kelapa / *Coconut Cooking Oil* (CCO). Minyak goreng kelapa murni / *Virgin Coconut Oil* (VCO) merupakan minyak yang dihasilkan dari ekstraksi daging kelapa kering tanpa proses lanjut, yakni RBD (*Refined, Bleached, Deodorized*) (Lingga, 2012). Sementara itu, minyak goreng kelapa / *Coconut Cooking Oil* (CCO) merupakan minyak yang dihasilkan dari ekstraksi daging kelapa segar yang kemudian mengalami tahapan RBD (*Refined, Bleached, Deodorized*) (Fadillah, 2014).

Pengembangan usaha tani minyak kelapa di Kabupaten Sleman sangat membantu masyarakat sebagai sumber pendapatan. Untuk meningkatkan pendapatan usaha tani kelapa diperlukan suatu pengolahan sebagai suatu nilai tambah bagi produk. Salah satu alternatif diversifikasi produk kelapa yang dapat

diolah adalah minyak goreng kelapa. Minyak kelapa merupakan produk olahan dari daging kelapa yang berupa cairan berwarna jernih, tidak berasa, dengan bau khas kelapa. Bagi masyarakat, kelapa merupakan tanaman serbaguna karena bisa dimanfaatkan sebagai keperluan pangan maupun non pangan. Setiap bagian dari tanaman kelapa dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan hidup sehari-hari karena kelapa memiliki nilai ekonomi, sosial dan budaya yang tinggi. Oleh karena itu kelapa biasa disebut juga sebagai pohon kehidupan.

Minyak kelapa merupakan minyak nabati yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan manusia, selain berguna sebagai minyak goreng, minyak ini juga digunakan sebagai bahan baku untuk membuat sabun, kosmetik, minyak rambut dan juga obat-obatan. Minyak kelapa sebagai salah satu produk kelapa, nilainya tergeser bukan hanya karena harga kelapa yang jatuh, tetapi kalah bersaing dengan minyak sawit baik dalam hal mutu dan harga. Padahal di satu pihak, proses pembuatannya tidak sulit dan pasar pun masih cukup besar. Oleh karena itu, perlu dicari jalan keluar untuk mengatasi kemelut pemasaran minyak kelapa (minyak goreng) rakyat agar mampu bersaing dengan minyak kelapa sawit dan minyak-minyak nabati lainnya (Sutanto, 2016).

Salah satu perusahaan yang memiliki produksi minyak kelapa (*coconut oil*) di Kabupaten Sleman adalah UPH (Unit Pengolahan Hasil) minyak kelapa “perdana” yang terletak di Desa. Sumber Ayu, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman. Kondisi internal perusahaan yang diamati terdiri dari data penjualan pelanggan perusahaan yang diamati meliputi pola perdagangan produk minyak kelapa (*coconut oil*), para pesaing produk minyak kelapa,

produk substitusi produk minyak kelapa ke UPH (Unit Pengolahan Hasil) Minyak Kelapa, dan konsumen produk kelapa.

Strategi adalah perencanaan induk komprehensif, yang menjelaskan bagaimana usaha akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditentukan sebelumnya. Proses penyusunan strategi lebih banyak menggunakan proses analitis (Rangkuti, 2001). Strategi merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. (Hunger, 2003). Oleh karena itu, strategi marketing sangat penting dalam meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Strategi marketing juga dapat membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan meningkatkan kualitas produk. Selain itu, strategi marketing juga dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, strategi marketing sangat relevan dalam meningkatkan kesuksesan perusahaan dan menjadi topik penelitian yang sangat penting.

Dengan menjalankan strategi pemasaran yang baik, maka perusahaan dapat memasarkan produknya dengan lancar sehingga dapat bersaing ketat dengan perusahaan lain di pasar-pasar. UPH minyak kelapa “perdana” selama ini belum mempunyai landasan atau pegangan strategi dalam memasarkan produknya, yang mana selama ini UPH minyak kelapa “perdana” melakukan pemasaran yang dulunya hanya lewat pameran-pameran dan sekarang melalui permintaan *customer*, UPH memiliki keterbatasan sumber daya, dan tenaga kerja, yang

dapat menghambat kemampuan UPH dalam mengembangkan potensi, UPH 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*.

Untuk mampu menciptakan loyalitas pelanggan tersebut, para pengembang usaha perlu memiliki suatu strategi pemasaran yang jitu dalam memasarkan produknya, karena strategi pemasaran juga merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang digunakan untuk melayani pasar sasaran. Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah penggunaan *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari 5P (*Analisis Product, Price, Promotion, Place, People*) dan SWOT (*Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Dalam penyusunan strategi, UPH (Unit Pengolahan Hasil) Minyak Kelapa perlu memperhatikan sasaran bisnis perusahaan yang telah ditetapkan, yaitu situasi lingkungan perdagangan produk minyak kelapa (*coconut oil*), kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari perusahaan. Strategi adalah perencanaan induk komprehensif, yang menjelaskan bagaimana usaha akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditentukan sebelumnya. Proses penyusunan strategi lebih banyak menggunakan proses analisis. Strategi merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang

bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing (Hunger, 2003).

Dengan demikian, sangat dibutuhkan pengoptimalan terhadap suatu strategi pemasaran dalam mendukung perencanaan yang berlanjut baik dari segi internal maupun eksternal perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produk-produk di pasaran itu sangat bergantung pada taktik dan strategi pemasaran yang digunakan. Ketepatan penggunaan strategi pemasaran oleh perusahaan dapat dilihat dari bagaimana kemampuan perusahaan tersebut dalam menciptakan, memelihara dan mengembangkan kebutuhan konsumen secara berkesinambungan. Tidak jarang terjadi masalah keterlambatan peningkatan omset penjualan dalam suatu perusahaan, 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.

B. Rumusan Masalah

1. Apa saja kendala yang dihadapi UPH minyak kelapa perdana dalam menerapkan strategi pemasaran minyak goreng kelapa?
2. Strategi pemasaran apa yang dapat meningkatkan penjualan minyak kelapa di UPH perdana?

C. Tujuan

1. Untuk mengidentifikasi dan mengatasi kendala yang ada pada penerapan strategi pemasaran
2. Meningkatkan penjualan minyak goreng kelapa di pasar melalui strategi pemasaran.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak pihak:

- a. Bagi penulis, dapat menambah pengetahuan penulis mengenai cara atau strategi penjualan. Sehingga dapat menjadikan acuan kedepannya dalam membuat bisnis di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi.
- b. Bagi UPH Minyak kelapa perdana, dapat memberikan panduan praktis kepada perusahaan yang memproduksi minyak kelapa tentang bagaimana meningkatkan penjualan mereka melalui strategi pemasaran yang efektif.