

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada konsep pemasaran ternyata ada banyak sekali bentuk dan jenis keanekaragaman makanan yang kecil hingga yang besar. Tak ketinggalan pula dari sisi harga dari yang murah hingga yang mahal, kebutuhan sehari-hari kita terdiri atas berbagai aktivitas yang dijalani oleh setiap orang. Kini berbagai macam makanan banyak diujarkan di berbagai tempat, akan tetapi banyak makanan yang dijual sebenarnya bukan makanan tradisional Indonesia melainkan makanan yang hanya menirukan bentuknya saja tanpa memikirkan rasanya. Serta harga yang dipatok cenderung tidak terjangkau oleh banyak kalangan bawah. Salah satu makanan yang cukup sederhana dan cocok untuk menjadi makanan ringan yang cukup istimewa. Makanan itu bernama “Gethuk Goreng”.

Untuk membuat makanan tradisional ini sangatlah sederhana dan pembuatan makanan ini akan lebih dilakukan secara higienis serta akan dijual dengan harga yang dapat terjangkau oleh semua kalangan. Tentunya hal ini bias menarik daya beli masyarakat. Keberadaan makanan tradisional ini sebagai salah satu makanan khas Indonesia yang memiliki rasa enak dan juga mengandung nutrisi. Makanan ini juga dikenal dari masa ke masa. Oleh karena itu bisnis makanan ini layak untuk dikembangkan menjadi salah satu bisnis kuliner alternatif yang ada di Indonesia. Oleh karena potensi tersebut, maka kami ingin membuat usaha “Gethuk Goreng” agar masyarakat senantiasa mengingat makanan yang satu ini.

Gethuk goreng adalah jajanan khas kota Banyumas terbuat dari bahan dasar singkong yang disajikan dengan varian rasa dan dibumbui gula kelapa. Selain itu, singkong bagi masyarakat Indonesia digunakan sebagai pengganti nasi. Sedikit cerita sejarah penting tentang gethuk goreng. Gethuk goreng ditemukan pada tahun 1918 secara tidak sengaja oleh bapak Sanpringad, seorang penjual nasi rames keliling di daerah Sokaraja. Gethuk basah adalah

salah satu dagangannya. Pada saat itu gethuk yang di jual tidak lah laku, sehingga beliau memilik akal agar getuk tersebut bisa di konsumsi kembali. Kemudian gethuk yang tidak habis dijual itu digorengnya dan dijual kembali. Ternyata gethuk goreng ini sangatlah digemari oleh para pembeli. Kini gethuk goreng bukanlah makanan yang tidak lagi terjual melainkan getuk yang sengaja dijual (Prayogo, Yohanes: 2017: Detik Travel).

Dengan adanya berbagai macam varian rasa membuat para pembeli tertarik untuk membeli gethuk goreng tersebut yang mana ditambah harga yang sangat ekonomis relatif murah yaitu berkisar Rp 16.000 – Rp 20.000 per bungkus dengan isi 12 biji. Selain harganya yang murah, gethuk goreng dibuat dengan bahan dasar alami yang mudah dicari tanpa dicampur bahan pengawet buatan dan dapat menjamin kesehatan para pembeli sehingga banyak pembeli yang ketagihan untuk menikmatinya. Rasa yang enak, manis dan gurih cocok untuk menjadi oleh-oleh maupun camilan untuk santai dengan keluarga ataupun saat berkumpul dengan teman-teman. Proses pembuatan gethuk goreng terbilang cukup mudah dan tidak menggunakan peralatan khusus yaitu menggunakan bahan dan peralatan tradisional. Disamping itu, untuk menjaga citarasa yang khas, penggunaan peralatan tradisional bertujuan untuk menghindari adanya proses yang tidak terkontrol, maka dari itu dibuat dengan seratus persen menggunakan tangan manusia tanpa campur tangan mesin.

Jumlah pengusaha di desa Kapungan yang masih sangat berkurang, dengan salah satu alasan ketakutan menjadi wirausaha adalah karena banyaknya saingan antar penjual lainnya dan yang mana sering dipandang sebagai pilihan karir yang tidak menguntungkan karena harus menghadapi hari ke hari situasi yang tidak pasti dengan banyak tantangan dan berurusan dengan sulitnya proses pembentukan bisnis baru. Padahal setiap tahunnya, lulusan pendidikan dasar sampai tingkat pendidikan perguruan tinggi meluluskan generasi siap kerja. Hal ini mengakibatkan lulusan-lulusan berijazah tersebut tidak semuanya dapat ditampung oleh lapangan pekerjaan yang tersedia. Hal ini dikarenakan banyak yang membutuhkan pekerjaan,

sementara lapangan kerja yang tersedia tidak dapat menampung kebutuhan akan tenaga kerja. Maka untuk menghadapi permasalahan tersebut pemerintah mendorong dan terus mengupayakan pertumbuhan wirausaha di Indonesia, dengan banyaknya wirausaha maka semakin banyak pula lapangan pekerjaan yang tersedia dan tentunya dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak. Pendidikan kewirausahaan diharapkan mampu membangkitkan semangat berwirausaha, berdikari, berkarya dan mengembangkan perekonomian nasional (Jamal Ma'mur Asmani: 2011). Upaya tersebut sejalan dengan salah satu dasa kewirausahaan yaitu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang menjelaskan bahwa “pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi kewirausahaan dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan, dan peningkatan pendapatan rakyat melalui penciptaan lapangan pekerjaan dengan tujuan untuk pengentasan kemiskinan dan pengangguran”.

Di kalangan pedesaan pengangguran akan selalu muncul dalam suatu perekonomian karena adanya beberapa alasan. Alasan pertama adalah adanya proses pencarian kerja, yaitu dibutuhkannya waktu untuk mencocokkan para pekerja dan pekerjaan. Alasan kedua adalah adanya kekakuan upah. Kekakuan upah ini dapat disebabkan oleh tiga hal, yaitu adanya kebijakan upah minimum, daya tawar kolektif dari serikat pekerja, dan upah efisiensi. Masyarakat di desa Kapungan bekerja sebagai petani dan pedagang, ada juga beberapa warga berprofesi sebagai peternak dan PNS. Dalam hal ini yang dimaksudkan masyarakat peternak yaitu masyarakat yang mempunyai usaha sampingan peternak bebek di halaman rumah maupun di kebun kosong yang dimanfaatkan untuk peternak bebek. Selain itu, profesi sebagai PNS dipandang tinggi oleh kalangan masyarakat yang mana sebagai suatu profesi yang menjanjikan sehingga para orang tua di desa sangat mendorong anak-

anaknyanya untuk dapat menyandang status sebagai pegawai PNS dari pada menjadi seorang pengusaha atau melanjutkan usaha orang tuanya. Masyarakat di desa Kapungan mempunyai pemahaman bahwa profesi sebagai petani, pedagang, dan peternak merupakan suatu pekerjaan yang dipandang sangat berat dengan alasan penghasilan yang tidak menentu berapa nominalnya. Hal ini dijadikan alasan kuat oleh masyarakat sebabnya mengapa para orang tua di desa Kapungan lebih menginginkan anak-anaknya untuk memiliki pendidikan yang tinggi guna menjadi seorang PNS. Profesi sebagai PNS di selain dianggap sebagai suatu profesi yang mempunyai derajat sangat tinggi, juga dianggap sebagai suatu profesi yang mahal. Karena untuk mendapatkan status sebagai PNS dibutuhkan biaya yang tidak sedikit, mulai dari biaya dalam menempuh pendidikan dan biaya-biaya lainnya sampai berhasil menjadi PNS. Realitas yang kemudian terjadi pada masyarakat adalah dengan profesi sebagai PNS yang dianggap sebagai profesi yang menjanjikan, sehingga terciptalah pandangan masyarakat bahwa seorang dengan profesi PNS dianggap luar biasa.

Habib Amin (2012) kewirausahaan adalah hal-hal yang terkait dengan wirausaha. Sedangkan wira berarti keberanian dan usaha berarti kegiatan bisnis yang komersial atau non-komersial, sehingga kewirausahaan dapat pula diartikan sebagai keberanian seseorang untuk melaksanakan suatu kegiatan bisnis menciptakan sesuatu yang berbeda dan bernilai dengan menggunakan waktu dan upaya, mengasumsikan kebutuhan financial, psikis, resiko sosial, dan menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan secara personal. Wirausaha merupakan salah satu faktor pendukung yang menentukan maju mundurnya perekonomian, karena bidang wirausaha sendiri mempunyai kebebasan untuk berkarya dan mandiri. Wirausaha merupakan orang-orang yang memiliki sifat-sifat kewirausahaan seperti berani mengambil risiko, pantang menyerah dan memiliki kemauan keras untuk sukses dalam mengelola bisnisnya berdasarkan kemampuan dan kemauan sendiri. Selain itu, seorang wirausaha juga memiliki penghasilan yang lebih besar dibandingkan dengan menjadi karyawan (Saiman, 2009: 43).

Menurut bahasa pengertian wirausaha berasal dari dua kata yakni wira dan usaha. Wira berarti berani sedangkan usaha berarti usaha. Jadi bisa disimpulkan bahwa wirausaha adalah seseorang yang berani mengambil risiko dan melihat peluang sebuah usaha. Banyak keuntungan yang bisa didapatkan dengan melakukan wirausah, bahkan dengan menjadi seorang wirausaha, kita juga dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi orang lain. Saat ini pemerintah juga sangat mendukung setiap orang yang berani untuk berwirausaha, karena berwirausaha secara tidak langsung turut mendukung perekonomian negara. Dengan demikian angka pengangguran secara otomatis juga turun. Dalam memulai dan menjalankan wirausaha tentunya tidak semudah apa yang dibayangkan, bahkan harus ada kehati-hatian dalam mengambil sikap, langkah maupun keputusan. Apabila salah dalam mengambil langkah maka usaha yang dibuat menjadikan kegagalan. Untuk memulai sebuah usaha dibutuhkan modal yang tidak sedikit, modal menjadi hal yang paling utama jika kita ingin memulai berwirausaha.

Orang yang mempunyai keahlian sebagai wirausaha dipandang sebagai suatu profesi yang menjanjikan sukses dengan mendapatkan keuntungan yang besar sehingga para orang tua di desa Kapungan sangat mendorong anak-anaknya untuk menjadi seorang wirausaha sukses. Berdagang produk gethuk goreng merupakan salah satu usaha yang sangat potensial di desa Kapungan, karena lingkungan dan letak geografis di desa ini sangat mendukung untuk berdagang dan usaha lainnya. Setelah berhasil merintis dan menjalankan usaha berdagang yang berkembang maju, biasanya para pedagang gethuk goreng di Kapungan akan mengembangkan usahanya dengan membuka cabang jualan produknya ditempat lainnya dan menambahkan persediaan produk dengan jumlah yang lebih banyak dengan tujuan menyetok persediaan gethuk goreng untuk dijual disetiap harinya. Gethuk goreng yang dijual setiap harinya dipasarkan dengan cara menambahkan jumlah isi per boxnya dan menjual dengan harga yang berbeda-beda mulai dari isi 12 harga Rp 20.000 sampai isi 24 dengan harga Rp 45.000. Biasanya dalam menjual gethuk

goreng tersebut seorang pedagang juga memberikan kebebasan pada pembeli untuk memilih varian rasa pada gethuk goreng sesuai selera pembeli dan tidak harus satu varian rasa saja. Setelah usahanya berkembang maka seorang pedagang akan mengajarkan anak-anaknya ataupun karyawan pada tempat lain pada cabang usahanya untuk mengikuti jejak orang dalam berbisnis sebagai wirausaha berdagang karena profesi ini sangat menjanjikan keuntungan yang besar jika sudah berjalan dan mendapat nama terkenal dikalangan masyarakat lainnya. Proses berwirusaha ini di ajarkan langsung oleh orang tua dengan cara melibatkan anak untuk turut serta membantu pekerjaan orang tuanya dengan melayani pembeli dan mempromosikan dagangannya melalui sosial media yang mana disebut dengan berjualan secara *online*. Anak yang dilibatkan dalam setiap proses, mulai dari ketika melayani pembeli dengan ramah yang baru datang pertama kali, memberi kesempatan pada pembeli untuk mencicipi produknya, memberikan bonus dan potongan harga dalam pembelian pertama, hingga mendapatkan pelanggan yang banyak dan membeli gethuk goreng dalam porsi yang banyak.

Media sosial sudah tak asing lagi di kalangan milenial, setiap orang pasti mempunyai media sosial, dalam media sosial dapat ditemukan berbagai macam informasi baik edukasi maupun hiburan. Dengan adanya media sosial dapat membantu kita dalam berkomunikasi dan bertukar pesan. Para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk maupun jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikan angka penjualan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai media baik media cetak maupun media elektronik.

Pertumbuhan ekonomi global dan teknologi modern saat ini sangatlah pesat. Perkembangan ekonomi global dan teknologi modern memberikan dampak kehidupan yang menjadi semakin lebih praktis, cepat dan ekonomis.

Hal ini juga merubah pola perilaku masyarakat yang cenderung menuntut kenyamanan, kepastian harga, pelayanan yang memuaskan dan kualitas produk atau jasa yang berkualitas baik. Hal tersebut juga kemudian menyebabkan industri modern berkembang sangat cepat. Tiap industri berusaha bertahan dan bersaing dengan menonjolkan keunggulan dan keunikan masing-masing. Dalam memasuki era globalisasi ini, dimana kegiatan bisnis diwarnai dengan intensitas persaingan yang semakin tinggi antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Terlebih lagi bagi perusahaan yang menghasilkan produk yang sejenis dimana para pengusaha tentu berusaha secara maksimal untuk dapat memnuhi kebutuhan dan kegiatan konsumen. Jadi jika perusahaan tanggap dan mampu mengerti pasarlah yang dapat menguasai pasar untuk bertahan di arena persaingan. Selain itu cara yang dilakukan dengan meningkatkan kegiatan pemasaran.

Berbicara mengenai pemasaran, setiap perusahaan pasti mempunyai misi dan strategi agar tetap bertahan dan berkembang untuk menghadapi persaingan. Pemasaran membutuhkan lebih dari sekedar mengembangkan produk yang unggul, menawarkannya dengan harga yang menarik dan membuatnya mudah didapat oleh pelanggan sasaran. Perusahaan juga harus mampu berkomunikasi dengan konsumen. Pemasaran adalah salah satu kunci sebuah keberhasilan usahanya. Keberhasilan perusahaan sangat di tentukan oleh keberhasilan kegiatan pemasaran dari produk atau jasa yang dihasilkannya. Penerapan konsep pemasaran yang tepat agar dapat menentukan strategi pasar dan strategi pemasaran yang mengarah pada sasaran yang ingin dicapai, yaitu meningkatkan penjualan.

Faktor utama yang sangat mempengaruhi jalannya suatu manajemen marketing ialah produk, harga, daerah pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan itu sendiri. Promosi merupakan salah satu upaya yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi, baik dengan pelanggannya maupun dengan calon peanggannya, karena promosi itu sendiri sebenarnya adalah komunikasi. Sehingga perusahaan dapat lebih banyak menarik konsumen untuk membeli dan menggunakan produknya. Promosi

dikelompokkan menjadi empat macam yaitu penjualan pribadi (*personal selling*), periklanan (*advertising*), publisitas dan promosi penjualan (*sales promotion*). Dengan adanya promosi yang beraneka ragam bukan berarti terbuka kesempatan bagi perusahaan untuk begitu saja memilih tanpa pertimbangan yang matang. Semakin beraneka ragam media promosi yang dipakai justru semakin banyak faktor yang perlu dijadikan bahan pertimbangan perusahaan sebelum melakukan kegiatan promosi.

Promosi penjualan dengan cara publisitas, yaitu dengan cara promosi melalui media sosial seperti salah satunya instagram, karena instagram merupakan aplikasi yang sangat akrab dengan semua kalangan. Cara ini lebih condong untuk membentuk sebuah image yang lebih positif terhadap produk yang ditawarkan. Pembentukan *image* positif ini dapat dilakukan dengan iklan atau promosi yang memiliki karakteristik tertentu yang tidak dapat dimiliki oleh strategi pemasaran produk lainnya. Bisa saja dapat dilakukan dengan cara menciptakan suatu produk yang memiliki poin lebih, karakteristik unik dan mempunyai manfaat lebih yang dapat menjadi pemikiran positif dihadapan konsumen.

Michael Cross (2013) media sosial adalah istilah yang menguraikan berbagai teknologi yang dipakai untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan melakukan interaksi melalui isi pesan berbasis web. Internet selalu mengalami perkembangan, sehingga berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia untuk pengguna selalu berubah dengan alasan media sosial lebih mudah untuk mengakses segala sesuatu dengan cepat jika dibandingkan dengan sebuah referensi khusus terhadap berbagai penggunaan. Khusus (*subculture*) serta perkembangan budaya baru, meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai, hiburan, menyediakan hiburan, pengalihan perhatian dan sarana relaksasi, meredakan ketergantungan sosial, mobilisasi.

Dari uraian di atas bahwa dapat disimpulkan promosi dalam media sosial sangatlah mudah dan tidak memakan waktu yang banyak. Dikarenakan media sosial sekarang sangatlah dekat dengan kaum milenial sehingga jika

mereka ingin melakukan bisnis atau jasa, mereka dengan mudah untuk mempromosikannya didalam media sosial.

Promosi di dalam media sosial dilakukan dengan cara menyebarkan konten informasi, promosi maupun ilmu yang dapat memberikan manfaat pada market. Misalnya, ketika swalayan ayu akan menjual perlengkapan *make up* maka informasi yang dapat dibagikan adalah serba-serbi pengetahuan tentang *make up* dan jenis-jenis dari produk kecantikan yang dipasarkan maupun cara pemakaian produk tersebut. Semuanya didapatkan dengan mudah dari sumber buku dan internet. Kegiatan promosi tentang produk tersebut dapat dilakukan melalui promosi dengan mengadakan *giveaway* atau kuis berhadiah yang menarik dengan hadiah perlengkapan *make up* dan ide-ide yang menarik lainnya yang bermanfaat. Cara yang ampuh untuk melakukan promosi dan banyak menarik pelanggan yaitu menggunakan media sosial.

Seiring berkembangnya zaman yang semakin pesat masyarakat kini telah memanfaatkan media sosial sebagai alat penjualan yang canggih. Berjualan dengan cara mengekspos gethuk goreng melalui promosi *whatsapp* dan *facebook* yang mana pembeli dapat memesan terlebih dahulu dan memilih varian rasa sesuai dengan selera masing-masing. Penjual tersebut menawarkan dagangannya selain melalui media sosial, juga menawarkan kepada tetangga sekitar yang mana dijual dengan keadaan mentah maupun matang. Harga gethuk goreng mentah berkisar Rp 16.000 per bungkus, sedangkan yang matang dijual berkisar Rp 20.000. Namun, pembeli banyak meminati getuk goreng yang sudah matang karena menurut para pembeli lebih simpel tidak harus repot untuk menggorengnya sendiri terlebih dahulu.

Usaha dagang yang oleh masyarakat yang berada di Kapungan, Polanharjo, Klaten, Jawa Tengah ini dilakukan penjualan produk melalui media sosial yang mana promosi penjualannya dari hari per hari mengalami kenaikan yang mana pelayanannya dilakukan setiap saat dengan cara dibungkus menggunakan kardus snak. Pemilihan lokasi didaerah tersebut guna untuk membantu masyarakat sekitar yang setiap harinya tidak ada

kegiatan supaya mendapatkan pemasukan. Penjual melakukan promosi melalui media sosial dalam sehari dapat dilakukan sebanyak mungkin tanpa membatasinya dan dalam waktu sehari gethuk dapat terjual sebanyak 20 box dan pembeli dimintai bukti oleh penjual dengan tujuan untuk menarik pelanggan lainnya dan membuat penasaran terhadap pembeli yang belum pernah mencicipi jajanan tersebut. Informasi mengenai rasa dapat dipastikan dengan cara mencicipi dimana seorang penjual dimintai tester oleh pembeli.

Melakukan promosi melalui media sosial terbukti ampuh dengan penghasilan yang lebih meningkat dan berkembang dari waktu ke waktu. Semua orang mempunyai media sosial dan ini menjadikan produk mudah dikenal minimal dalam lingkaran pertemanan yang ada. Bagi perusahaan dan pebisnis yang lebih besar maka kekuatan media sosial pun bisa digunakan untuk melakukan promosi produk gethuk goreng sehingga banyak khalayak yang mampu mengenali juga tertarik untuk membeli produk tersebut. Semua itu berkat adanya media sosial dengan beragam bentuk juga beragam cara yang bisa digunakan untuk melakukan promosi tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi dengan beberapa masalah, diantaranya :

1. Bagaimana karakteristik promosi penjualan gethuk goreng di Desa Kapungan Polanharjo Klaten?
2. Bagaimana karakteristik media sosial untuk promosi penjualan gethuk goreng di Desa Kapungan Polanharjo Klaten?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini meliputi:

1. Untuk mendeskripsikan karakteristik promosi penjualan gethuk goreng di Desa Kapungan Polanharjo Klaten.

2. Untuk mendeskripsikan karakteristik media sosial untuk penjualan gethuk goreng di Desa Kapungan Polanharjo Klaten.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk pihak masyarakat umum, yaitu :

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi yang berkaitan dengan Pembentukan Wirausaha Melalui Media Sosial sebagai Promosi Penjualan pada usaha Gethuk Goreng di desa Kapungan Polanharjo Klaten.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi penjual

Penjual dapat membuat getuk goreng dengan berbagai macam varian rasa agar dapat menarik pembeli serta membuat penasaran akan rasa untuk terus mengolah getuk goreng dan dibuat berbagai macam bentuk.

- b. Bagi pembeli

Pembeli dapat melestarikan akan makanan pokok asli Indonesia, hemat, mudah dicari dan dibuat sendiri.

- c. Bagi pembaca

Penelitian ini sebagai acuan bagi peneliti sejenis, khususnya membahas tentang cara wirausaha berbisnis dengan baik.