

**MANAJEMEN PEMASARAN *HOME INDUSTRY* GULA SEMUT
KRISTAL ORGANIK DALAM MENINGKATKAN
PERMINTAAN EKSPOR**

(Studi Kasus Pada Pusat Pengembangan Produk Rakyat (P3R) Gula
Semut Kristal Organik Langgongsari, Cilongok, Banyumas)



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E.Sy)**

Oleh:

**AINURROFIK
NIM. 092323026**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2015**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Ainurrofik
NIM : 092323026
Jenjang : S-1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul “**MANAJEMEN PEMASARAN *HOME INDUSTRY* GULA SEMUT KRISTAL ORGANIK DALAM MENINGKATKAN PERMINTAAN EKSPOR (Studi Kasus pada Pusat Pengembangan Produk Rakyat (P3R) Gula Semut Kristal Organik Langgongsari, Cilongok, Banyumas)**” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 17 April 2015

Saya yang menyatakan,

Ainurrofik
NIM. 092323026

**MANAJEMEN PEMASARAN *HOME INDUSTRY* GULA SEMUT KRISTAL
ORGANIK DALAM MENINGKATKAN PERMINTAAN EKSPOR
(Studi Kasus pada Pusat Pengembangan Produk Rakyat (P3R) Gula Semut
Kristal Organik Langgongsari, Cilongok, Banyumas)**

Ainurrofik

NIM. 09232326

E-mail: ainurrofik730@yahoo.com

Program Studi Ekonomi Syaria'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Produksi gula kelapa merupakan salah satu potensi *home industry* terbesar di Cilongok, Banyumas, setelah pertanian. *Home industry* gula semut kristal organik memiliki pertumbuhan yang cukup pesat untuk mengembangkan potensi produk gula kelapa yang tetap menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat Langgongsari, Cilongok, Banyumas, secara keseluruhan. Apalagi dengan perkembangan produk gula kelapa sekarang ini yaitu yang dulunya gula jawa cetak biasa menjadi produk semut kristal organik. *Home industry* gula semut kristal organik menjadi salah satu bisnis yang mempunyai pengaruh besar bagi peningkatan kesejahteraan ekonomi rakyat, gula semut kristal organik merupakan olahan dari sari gula kelapa yang terbuat dari bahan-bahan alami dan tanpa sedikitpun mengandung obat kimia. Potensi besar yang dimiliki *home industry* gula semut kristal organik ini mampu memasarkan produknya sampai ke pasar ekspor. Manajemen pemasaran *home industry* gula semut kristal organik yang diterapkan dalam memenuhi permintaan ekspor adalah lebih mengutamakan kualitas produk serta aman dikonsumsi (alami), perusahaan *home industry* gula semut kristal yang dibuat oleh perusahaan kecil tetapi bisa dapat memasarkan sampai ke pasar ekspor.

Penelitian ini terfokus pada bagaimana manajemen pemasaran *home industry* gula semut kristal organik dalam meningkatkan permintaan ekspor.

Untuk mengkaji lebih mendalam tentang manajemen pemasaran *home industry* gula semut kristal organik dalam meningkatkan permintaan ekspor menggunakan teori manajemen pemasaran dalam bukunya Manajemen Pemasaran (Philip Kotler). Teori manajemen pemasaran mengatakan bahwa lingkungan yang berpengaruh dikategorisasikan pada dua kategori utama, yaitu lingkungan mikro dan lingkungan makro.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*). Dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan dalam analisisnya, penulis menggunakan metode analisis data deskriptif yaitu metode penelitian yang bermaksud membuat pencandraan (deskripsi) mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis bahwa manajemen pemasaran *home industry* gula semut kristal organik dalam meningkatkan permintaan ekspor adalah : Pertama mengutamakan kualitas produk dengan cara menggunakan bahan-bahan alami yang *larunya* terbuat dari bahan tumbuh-tumbuhan dan tanpa sedikit pun campuran obat kimia yang berbahaya bagi tubuh manusia. Kedua memanfaatkan Sumber Daya Alam (SDA) yang tumbuh di lingkungan sekitar dan sangat mudah didapat, Serta terjadwal waktu pengambilan sari-sari gula kepalanya (air nira). Ketiga memaksimalkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang sudah memiliki keahlian secara turun-temurun dan dikerjakan secara bersama-sama oleh para istri dan para suaminya serta dibantu oleh anak-anaknya dengan membagi tugasnya masing-masing. Keempat mengutamakan kepuasan konsumen dengan cara produk selalu tersedia berapapun permintaan ekspor dengan harga yang kompetitif.

Kata kunci: manajemen pemasaran, *home industry* gula semut kristal organik, permintaan ekspor.



IAIN PURWOKERTO

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor 158/ 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	be
ت	ta'	T	te
ث	ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	hâ	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	d'ad	d'	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	z\`a'	z\	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	Lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	we
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	Ye

Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

Ta'marbu>ḥah diakhir kata bila dimatikan tulis h

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	ditulis	<i>Kara>mah al-aulya>'</i>
----------------	---------	----------------------------------

- b. Bila *ta'marbu>t}ah* hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau d'ammah ditulis dengan *t*

زكاة الفطر	ditulis	<i>Zaka>t al-fit}r</i>
------------	---------	---------------------------

Vokal Pendek

اَ	fathah	ditulis	a
اِ	kasrah	ditulis	i
اُ	d'ammah	ditulis	u

Vokal Panjang

1.	Fath}ah + alif	ditulis	<i>a></i>
	جاهلية	ditulis	<i>ja>hiliyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	<i>a></i>
	تنسي	ditulis	<i>tansa></i>
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	<i>i></i>
	كريم	ditulis	<i>kari>m</i>
4.	D}ammah + wa>wu mati	ditulis	<i>u></i>
	فروض	ditulis	<i>furu>d'</i>

Vokal Rangkap

1.	Fath}ah + ya' mati	ditulis	<i>ai</i>
	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2.	Fath}ah + wawu mati	ditulis	<i>Au</i>
	قول	ditulis	<i>Qaul</i>

Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أأعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لأفن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'a>n</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiya>s</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkannya *l (el)*nya

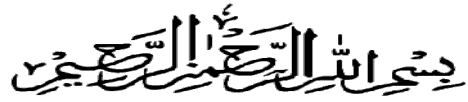
السماء	ditulis	<i>as-Sama>'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syamss</i>

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyai atau pengucapannya

ذوى الفروض	ditulis	<i>zawi> al-furu>d'</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kekuatan kepada kita semua sehingga kita selalu diberi keridhoan dalam bertindak dan keberkahan dalam berkarya. Karena hanya kepadanya kita sebagai manusia tidak akan lepas berhenti bermunajat pada raja alam semesta Allah SWT.

Shalawat serta salam semoga tetap tumpahrukan kepada Pangeran Rosul Muhammad SAW, kepada para sahabatnya, tabi'in dan seluruh umat Islam seluruh jagat raya yang senantiasa mengikuti semua ajarannya. Semoga kelak kita mendapatkan syafa'atnya di hari akhir penantian.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Terutama kepada:

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Drs. H. Munjin, M.Pd.I, Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Drs. Asdlori, M.Pd.I, Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. H. Supriyanto, Lc., M.S.I., Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

5. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, MM., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto sekaligus sebagai pembimbing yang dengan penuh kesabarannya membimbing penulis sampai skripsi ini selesai melalui pengarahan dan diskusi.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Dr. Hj. Nita Triana, S.H., M.Si., Penasehat Akademik Program Studi Ekonomi Islam angkatan 2009.
8. Segenap Dosen dan staff Administrasi IAIN Purwokerto.
9. Segenap staff Perpustakaan IAIN Purwokerto.
10. Keluarga pengusaha *home industry* gula semut kristal organik Langgongsari, Cilongok, Banyumas yang telah menyempatkan waktunya untuk membantu penulis dalam penelitian di lapangan.
11. Kepada kedua orang tua yang telah merawat, mendidik dan mengasuh sehingga dengan tangan barokahnya penulis dapat menyelesaikan studi.
12. Kepada adik-adikku terima kasih atas support dan senyum kalian semuanya, sehingga penulis dapat tetap semangat untuk menyelesaikan studi.
13. Kepada Yuli yang selalu memberikan semangat dan menghibur penulis sehingga penulis dapat tersenyum serta semangat kembali untuk menyelesaikan studi.
14. Sahabat dan teman-teman Ekonomi Syari'ah angkatan 2009 terima kasih atas motivasi, kekompakan, dan diskusi yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

15. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, tentunya banyak kekurangan dan kesalahan. Namun demikian, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang membutuhkan. Amin.

Purwokerto, 23 Maret 2015
Penulis,

Ainurrofik
NIM. 092323026



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR SINGKATAN	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Oprasional.....	7
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Pustaka.....	11
F. Sistematika Pembahasan	16

BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran Bisnis.....	18
1. Pengertian Manajemen	18
2. Manajemen Bisnis dalam Islam.....	19
3. Manajemen Pemasaran.....	23
4. Proses Manajemen Pemasaran	25
5. Konsep Pemasaran dalam perusahaan	31
a) Perusahaan.....	35
b) Kualitas Produk.....	35
c) Para pemasok barang mentah/Sumber Daya Alam (SDA) ...	37
d) Para anggota masyarakat/Sumber Daya Manusia (SDM).....	40
e) Pesaing	43
f) Teknologi	44
B. Permintaan Ekspor.....	47
1. Pengertian Permintaan	47
2. Fungsi Permintaan (<i>Demand Function</i>) dan Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan	48
3. Elastisitas Permintaan (<i>Elasticity of Demand</i>).....	48

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	52
B. Subjek Penelitian	53
C. Metode Pengumpulan Data	53
D. Sumber Data	55
E. Metode Analisis Data	55

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran umum <i>Home Industry</i> Gula Semut Kristal Organik Langgongsari Cilongok Banyumas	58
1. Kondisi Geografis, Kondisi Demografis dan Kondisi Ekonomi	58
2. Sejarah dan Data Petani <i>Home Industry</i> Gula Semut Kristal Organik Langgongsari Cilongok Banyumas	66
B. Manajemen Pemasaran Gula Semut Kristal Organik dalam Meningkatkan Permintaan Ekspor	68
C. Analisis Manajemen Pemasaran Gula Semut Kristal Organik dalam Meningkatkan Permintaan Ekspor	73

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	80
B. Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap individu pasti tidak akan lepas dari masalah ekonomi. Dan ini selalu menarik untuk diperbincangkan. Seiring dengan sejarah manusia dalam memenuhi kebutuhannya, ada pihak yang meminta dan ada yang menawarkan. Pemasaran menarik perhatian yang sangat besar baik dari perusahaan, lembaga maupun antar bangsa. Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dipolakan untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran manfaat dengan pembeli dengan maksud untuk mencapai perusahaan.¹

Dari perspektif pemasaran, mutu (*quality*) berarti kemampuan sebuah produk untuk memuaskan kebutuhan atau tuntutan pelanggan. Meningkatkan mutu produk dan jasa merupakan tantangan kompetitif kritis yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan yang bergiat di dalam pasar global. Peningkatan mutu produk mengurangi biaya dan memperkuat keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Adopsi yang berhasil dari strategi organisasional yang didorong oleh pelanggan adalah esensial untuk meningkatkan mutu produk.²

Dalam pembangunan ekonomi, Sumber Daya Alam (SDA) meliputi semua kekayaan bumi yang dapat dimanfaatkan untuk kesejahteraan manusia.

¹ Mahmud Machfoedz, *Kewirausahaan* (Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), hlm. 130.

² Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* (Jakarta : Salemba Empat, 2000), hlm. 447.

Ketersediaan sumber daya alam merupakan salah satu modal pembangunan di suatu negara, sumber daya alam menyediakan bahan baku yang dibutuhkan bagi kegiatan ekonomi masyarakat, terutama untuk kegiatan pertanian, industri, serta penyediaan energi dan bahan bakar. Negara yang bisa memanfaatkan sumber daya alamnya dengan baik tentu akan menjadi negara yang makmur.³

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) menurut Robbin dan Coulter adalah proses mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan pekerjaan sehingga pekerjaan tersebut terealisasikan secara efisien dan efektif dengan dan melalui orang lain. Efisien berarti memperoleh *output* terbesar dengan *input* kecil, digambarkan sebagai “melakukan segala sesuatu secara benar”. Efektif adalah menyelesaikan kegiatan-kegiatan sasaran organisasi dapat dicapai, digambarkan sebagai “melakukan segala sesuatu yang benar”.⁴

Persaingan dalam dunia usaha dewasa ini tampak meningkat. Hal ini menyebabkan manajemen setiap perusahaan mendapat tantangan untuk berusaha secara kompetitif menghadapi pesaing. Perusahaan yang ingin berhasil memperoleh laba serta dapat bertahan selama bertahun-tahun dengan tumbuh dan berkembang, tidak boleh menggantungkan diri pada cara kerja yang kurang efisien, kurang ahli dan tidak profesional. Perusahaan harus mengelola usahanya dengan menggunakan manajemen yang baik, sehingga perusahaan dapat bertahan hidup dan terus berkembang dimasa yang akan datang.⁵ Bisnis tidak terlepas dari

³ Karmila, *Pemanfaatan Sumber Daya Ekonomi* (Klaten: Cempaka Putih, 2009), hlm. 5.

⁴ Akhmad Subekhi dan Mohammad Jauhar, *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta:Pustakarya, 2012), hlm 17.

⁵ Reni Rahmawati, *Analisis Manajemen Strategi dalam Menghadapi Persaingan Bisnis* (<http://lib.uin-malang.ac.id/thesis/fullchapter/03220040-reni-rachmawati.ps>, diakses 16 Mei 2013, pukul 02.35).

persaingan, walaupun produk bersifat monopolistik (hanya kita yang memiliki produk tersebut), namun hal itu tidak akan berjalan lama alias dalam waktu singkat akan nada *follower* (yang meniru produk monopolistik tadi) yang otomatis jadi *competitor* atau pesaing.⁶ Pemasaran pada dasarnya adalah perencanaan yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan paduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat mencapai tujuan dari suatu perusahaan dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan saran, kebijakan dan memberi arah pada usaha yang meliputi promosi, produksi, distribusi dan harga. Salah satu faktor penting guna menjaga kelangsungan hidup perusahaan yang menghadapi persaingan adalah pemasaran. Dalam menghadapi persaingan, pelaku kegiatan bisnis perlu memperhatikan banyak hal. Persaingan banyak dipandang sebagai penggelolan sumber daya sedemikian rupa sehingga melampaui kinerja pesaing (baik pembeli, penjual dan pendaatang potensial). Untuk melaksanakan perusahaan perlu memiliki apa yang dinamakan keunggulan bersaing yang merupakan jantung kinerja perusahaan dalam sebuah perusahaan yang bersaing.⁷

Dengan meningkatnya jumlah barang yang diproduksi dan adanya peningkatan usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia, menimbulkan kegiatan perdagangan dan usaha pendistribusian barang dari tangan produsen sampai ke tangan konsumen. Kegiatan pemasaran yang dilakukan pada saat ini terutama ditekankan pada kegiatan penyaluran. Dalam masa itu timbul persaingan antara

⁶ Eman Suherman, *Praktik Bisnis Berbasis Entrepreneurship* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 175.

⁷ Assauri Sofyan, *Manajemen Produksi* (Jakarta: LPFE-U1,1989), hlm. 147.

produsen di dalam menyampaikan produknya ke tengah konsumen.⁸ Perusahaan harus berusaha keras untuk memahami pola persaingan dalam industri jika ingin menjadi “pemain” yang efektif. Seorang manajer harus cermat merumuskan apa yang dimaksudkan permintaan pasar. Dan permintaan dapat diukur dari enam tingkat produk yang berlainan (jenis produk, kelas produk, lini produk, penjualan perusahaan, penjualan industri, penjualan nasional). Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. Keinginan berubah menjadi permintaan bilamana didukung dengan daya beli. Banyak orang yang menginginkan mobil mewah tetapi hanya sedikit yang mampu dan mau membelinya. Perusahaan harus mengukur bukan saja berapa banyak orang yang menginginkannya produk mereka tetapi, lebih penting lagi, berapa banyak yang secara nyata bersedia dan mampu membelinya.⁹

Ilmu pengetahuan dan teknologi dewasa ini berkembang demikian pesatnya sehingga dapat menemukan berbagai ilmu baru dan beraneka ragam temuan dan terobosan yang terjadi di dalam bidang teknologi. Dalam bidang produksi misalnya robotisasi produksi yang dewasa ini semakin dirasakan sebagai suatu kebutuhan mutlak dalam rangka peningkatan efisiensi kerja dan mutu produk.¹⁰

Di Langgongsari, Cilongok, Banyumas, terdapat *home industry* yang memproduksi gula semut kristal organik yang bisa memasarkan produknya ke pasar ekspor. *Home industry* tersebut dibina oleh Pusat Pengembangan Produk

⁸ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004), hlm 6.

⁹ Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran (jilid 1)*, (Jakarta, Erlangga : 1993), hlm. 5.

¹⁰ Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik....*, hlm. 80-81.

Rakyat (P3R), P3R merupakan program dari perusahaan yang berfungsi untuk mengawasi dan menjaga produk yang dihasilkan agar sesuai dengan permintaan ekspor, serta dari aspek penanganan pasca produksi dan pemasaran gula semut kristal organik agar harga tidak dipermainkan oleh pengepul/oknum tertentu yang ingin mencari keuntungan lebih. Manajemen *home industry* tersebut dikelola oleh Bapak Salimun dan beliau juga yang memperkasai adanya *home industry* tersebut di Cilongok, Langgongsari, Banyumas, visi dari P3R adalah “Produk Rakyat Mampu Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat”.

Kualitas produk *home industry* gula jawa kristal sangat baik dan Produk yang dihasilkan para petani/penderes tersebut merupakan produk yang alami tanpa mengandung unsur yang berbahaya untuk kesehatan manusia, untuk menjamin produk yang dihasilkan oleh para petani/penderes tersebut aman dikonsumsi dan layak untuk diekspor maka sebelumnya diuji bahan bakunya setelah lulus uji, maka dikeluarkanlah sertifikat dari P3R yang menyatakan bahwa pengolahan gula semut kristal organik tersebut benar-benar alami.

Faktor pemasok bahan mentah dan bahan baku sangat penting karena mempunyai dampak langsung terhadap pengolahan suatu perusahaan.¹¹ Bahan mentah dan bahan baku yang dibutuhkan oleh *home industry* gula semut kristal organik sangat mudah didapatkan, yaitu dari pohon-pohon kelapa yang dapat hidup dilingkungan manapun, baik dilingkungan pesisir maupun pegunungan. Namun yang paling baik untuk sari gula kelapa dalam pembuatan gula semut kristal organik yaitu pohon kelapa yang tumbuh dipegunungan karena

¹¹ Sondang P. Siagian, *manajemen strategik* (Jakarta : Bumi Aksara, 1998), hlm. 86.

dilingkungan pegunungan kadar gula kelapanya lebih tinggi dari pada kadar airnya.

Peran Sumber Daya Manusia (SDM) dalam pengolahan gula jawa kristal organik sangat penting untuk menjalankan operasionalnya, manajemen sumber daya manusia perusahaan *home industry* gula semut kristal organik dijalankan secara turun-temurun dan perusahaan tidak perlu mengeluarkan dana/biaya untuk pelatihan pembuatan gula semutnya dan dapat menghemat biaya produksinya serta menghasilkan keuntungan yang lebih banyak.

Dalam bisnis gula semut kristal organik tersebut telah terjadi persaingan di pangsa pasar, banyak pengusaha gula cetak biasa yang ingin meraih untung juga dengan membuat produk yang sama. Namun perusahaan tersebut gagal untuk menyaingi perusahaan *home industry* gula semut dari Langgongsari, Cilongok, Banyumas. Lingkungan pegunungan yang sangat mempengaruhi rasa dari produk gula semut kristal yang dihasilkannya, dibandingkan dengan lingkungan pesawahan/lingkungan pesisir yang rasanya asin dan dari rasa itulah perusahaan *home industry* kecil menjadi pemimpin pasar, serta permintaan produk gula semut kristal dari Langgongsari, Cilongok, Banyumas lebih diminati ekspor ke beberapa negara seperti Jerman, Jepang dan Singapura.

Perusahaan *home industry* gula semut kristal organik masih menggunakan alat-alat yang sederhana/tradisional, yaitu menggunakan batok kelapa (untuk menggerus gula jawa menjadi halus), kayu bakar (untuk mengolah gula jawa), dan lain-lain namun menurut salah seorang petani *home industry* gula semut kristal

organik mengatakan bahwa cara pengolahan yang sederhana bertujuan untuk mendapatkan kualitas rasa yang bagus.¹²

Berdasarkan dari latar belakang diatas sangatlah menarik untuk diteliti, maka penulis mengambil judul “Manajemen Pemasaran *Home Industry* Gula Semut Kristal Organik dalam Meningkatkan Permintaan Ekspor (Studi Kasus pada Pusat Pengembangan Produk Rakyat (P3R) Gula Semut Kristal Organik Langgongsari, Cilongok, Banyumas).

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalah pahaman terhadap judul di atas dan untuk memperoleh gambaran yang jelas serta dapat mempermudah pengertiannya, berikut ini penulis sajikan penegasan istilah:

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen adalah proses spiral tanpa berhenti pada tahapan evaluasi saja namun, terus menerus tanpa henti hingga dapat dikatakan sampai tercapainya apa yang menjadi tujuannya.¹³

Pemasaran suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Defenisi manajerial, pemasaran sering digambarkan sebagai “seni menjual produk”.¹⁴

¹² Wawancara dengan Ibu Maryati dan Bapak Sodik, petani gula semut kristal organik, 14 Mei 2013, pukul 11.00 WIB.

¹³ Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Dalam Perspektif Islam...*, hlm. 5.

¹⁴ Philip Kotler dan kevin lane keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua belas jilid 1, (Jakarta: Macana Jaya Cemerlang, 2006), hlm. 6.

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi, dan distribusi barang, jasa, dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.¹⁵

2. *Home Industry* (Bisnis Keluarga)

Home industry atau bisnis keluarga adalah sebuah perusahaan yang anggota keluarganya secara langsung terlibat dalam kepemilikan dan jabatan atau fungsi. Bisnis keluarga mempunyai karakteristik dengan kepemilikannya atau keterlibatan lainnya dari dua peran atau lebih anggota keluarga yang sama dalam kehidupan dan fungsi bisnisnya.¹⁶

3. Gula Semut Kristal Organik

Gula semut kristal organik adalah gula merah yang berbentuk serbuk atau tepung dikenal dengan nama *Palm sugar*. Bahan dasar untuk membuat gula semut adalah nira dari pohon kelapa, aren (enau), nipah, lontar maupun tebu.¹⁷

Gula semut belum dikenal luas oleh masyarakat, karena harganya relatif mahal dan ketersediaannya di pasar tidak selalu ada. Tetapi gula semut ini memiliki beberapa kelebihan dari gula merah yang sudah lebih dahulu dikenal oleh masyarakat, diantaranya :

¹⁵ *Ibid...*, hlm. 16.

¹⁶ Justin G. Longenecker, dkk., *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 35.

¹⁷ Liptan, *Pembuatan gula semut* (Padang: Balai Informasi Pertanian). Online, (<http://www.dekindo.com/content/teknologi/Pembuatan%20Gula%20Semut.htm> tgl 09 desember 2013).

- a. Dapat disimpan dalam waktu kurang lebih dua tahun tanpa mengalami perubahan setelah dikeringkan dan dibungkus rapat
 - b. Mudah larut dan bentuknya menarik
 - c. Nilai ekonominya lebih tinggi
 - d. Memiliki aroma khas
 - e. Bentuknya kering dan tidak lembek¹⁸
4. Permintaan Ekspor

Permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya.¹⁹

Ekspor adalah kegiatan perdagangan dari dalam negeri ke luar negeri dimana hasil transaksi tersebut mendatangkan pemasukan bagi daerah yang mengekspor. Bila nilai ekspor suatu daerah semakin besar, maka akan berbanding lurus dengan pendapatan daerah tersebut, dan mengekspor berupa barang jadi atau bahan olahan bukan berupa bahan baku. Karena bila suatu barang telah melalui proses dari bahan baku menjadi barang jadi, maka nilainya akan semakin tinggi daripada nilai bahan baku karena telah melalui proses pengolahan lebih lanjut.²⁰

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia ekspor adalah pengiriman barang dagangan ke luar negeri, barang-barang yang dikirimkan ke luar negeri baik finansial maupun perseorangan, yang diberikan oleh penduduk suatu

¹⁸ Liptan, *Pembuatan gula kelapa & gula semut dari nira kelapa* (Palangkaraya: Liptan, Balai Pengkajian Teknologi Pertanian.). online, (<http://www.dekindo.com/content/teknologi/Pembuatan%20Gula%20Semut.htm> tgl 09 desember 2013).

¹⁹ Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran (jilid 1)*..., hlm. 5.

²⁰ Isimat, *Permintaan Impor dan Penawaran Ekspor*. Online (http://www.ut.ac.id/html/suplemen/espa4410/espa4410_1/isimat_2c.htm tanggal 18 Desember 2014).

negara kepada negara asing secara tersembunyi atau tidak melalui cara yang sah.²¹

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang perlu dikemukakan dalam penelitian ini adalah bagaimana Manajemen Pemasaran *Home Industry* Gula Semut Kristal Organik dalam Meningkatkan Permintaan Ekspor?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana manajemen pemasaran *home industry* gula semut kristal organik dalam meningkatkan permintaan ekspor.

2. Kegunaan Penelitian

Berangkat dari latar belakang permasalahan penelitian diatas, maka penelitian ini mempunyai manfaat antara lain:

- a. Bagi masyarakat sebagai sumbangsih pemikiran maupun kontribusi ilmiah dalam khasanah keilmuan, sebagai tambahan informasi bagi masyarakat untuk keberhasilan perusahaan *home industry* gula jawa kristal dalam pelaksanaan manajemen pemasaran dalam meningkatkan permintaan ekspor.

²¹ DEPDIKNAS, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 124.

- b. Bagi Pemerintah, dari hasil penelitian ini dapat diketahui strategi lanjutan dalam rangka pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya masyarakat Langgongsari, Cilongok, Bayumas, yang dapat diterapkan dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat.
- c. Bagi penulis sendiri, penelitian ini merupakan tahap pembelajaran mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah pada realita sosio-ekonomi di masyarakat.
- d. Bagi peneliti lain, sebagai bahan informasi ilmiah untuk memperluas wawasan pihak lain yang berkepentingan di bidang manajemen pemasaran dengan mengambil penelitian yang sama akan tetapi dengan perusahaan yang berbeda.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan kajian tentang teori-teori yang diperoleh dari pustaka-pustaka yang berkaitan dan yang mendukung penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu, pada bagian ini akan penulis kemukakan beberapa teori dan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

Dalam bukunya Fathul Aminudin Aziz yang berjudul Manajemen dalam perspektif Islam mengatakan bahwa manajemen merupakan proses spiral tanpa berhenti pada tahap evaluasi saja namun, terus menerus tanpa henti hingga dapat dikatakan sampai tercapainya apa yang menjadi tujuannya. Penggunaan manajemen secara luas tidak hanya pada organisasi melainkan sesuai pengertiannya bahwa

manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengevaluasian dapat terjadi pada setiap individu.²²

Buchari Alma dalam bukunya *Kewirausahaan* mengungkapkan strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut. Perusahaan perlu menentukan strategi dasar atau disebut *grand strategy* atau strategi inti. Jika *grand strategy* ini sudah benar maka diharapkan perusahaan akan berhasil mencapai sasaran tersebut. Diharapkan perusahaan akan dapat menguasai *market share* yang luas ataupun *market position* yang mantap. *Market share* atau pangsa pasar artinya penguasa luas pasar. Sedangkan *market position* ialah kedudukan yang kokoh dari suatu produk pada suatu pasar.²³

Dalam bukunya Rhenald Kasali menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.²⁴

Dalam bukunya Fandy Tjiptono yang berjudul *Manajemen Pemasaran Perspektif Asian* (buku 1) mengatakan manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi dan distribusi barang, jasa, dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok

²² Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Dalam Perspektif Islam* (Cilacap: Pustaka EI-Bayan, 2012), hlm. 5.

²³ Buchari Alma, *kewirausahaan* (Bandung: ALFABETA, 2009), hlm. 195.

²⁴ Rhenald Kasali, dkk, *Modul Kewirausahaan untuk program setara 1* (Jakarta : Hikmah, 2012), hlm. 143.

sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi. Definisi ini menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang mencakup analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian, juga mencakup barang, jasa, dan gagasan, berdasarkan pertukaran dan tujuannya adalah memberikan kepuasan kepada pihak-pihak yang terlibat.²⁵

Dalam bukunya Philip Kotler mengatakan bahwa lingkungan pemasaran suatu perusahaan terdiri dari para pelaku dan kekuatan-kekuatan yang berasal dari luar fungsi manajemen pemasaran perusahaan yang mempengaruhi kemampuan manajemen pemasaran untuk mengembangkan dan mempertahankan transaksi yang sukses dengan para pelanggan sarannya, lingkungan pemasaran dapat membedakan lingkungan mikro dan lingkungan makro suatu perusahaan. *Lingkungan Mikro* terdiri dari para pelaku dalam lingkungan yang langsung berkaitan dengan perusahaan yang mempengaruhi kemampuannya untuk melayani pasar, yaitu : perusahaan, para pemasok bahan mentah, pasar perantara, para pelanggan, pesaing, dan para anggota masyarakat. *Lingkungan Makro* terdiri dari kekuatan-kekuatan yang bersifat kemasyarakatan yang lebih besar dan yang mempengaruhi semua pelaku dalam lingkungan mikro perusahaan, yaitu : fisik, teknologi, politik, hukum dan kekuatan sosial/ budaya.²⁶

Dalam bukunya Fandy Tjiptono yang berjudul *total quality management* mengungkapkan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan

²⁵ Fandy Tjiptono, *Manajemen Pemasaran Persepkif Asia buku 1* (Yogyakarta : Andi,2000), hlm. 16.

²⁶ Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran (jilid 1)*..., hlm. 175.

dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.²⁷

Dalam bukunya Dewi Hanggraeni yang berjudul *Manajemen Sumber Daya Manusia* mengatakan bahwa manajemen sumber daya manusia sudah mencakup manajemen personalia, tetapi manajemen personalia belum mencakup manajemen sumber daya manusia. Manajemen personalia tidak mengikutsertakan proses perencanaan strategi tenaga kerja dan lebih berkuat pada proses teknis pengelolaan tenaga kerja, sementara manajemen sumber daya manusia melibatkan proses perencanaan strategi tenaga kerja meliputi kegiatan perencanaan (*planning*), proses penganggaran (*budgeting*), proses penilaian (*assessment*), rekrutmen dan seleksi (*recruitment dan selection*), penerimaan dan pemberhentian (*hiring and termination*), pelatihan dan pengembangan (*training and development*), pengembangan karir (*career development*), pengembangan organisasi (*organization development*), manajemen kinerja (*performance management*), kompensasi (*compensation*), hubungan industrial (*industrial relation*), serta menyertakan fungsi *general affair* di dalamnya.²⁸

Dalam bukunya Sukmadi yang berjudul "*Pengantar Ekonomi Bisnis*" dijelaskan bahwa dalam era tingkat persaingan yang semakin ketat di berbagai bidang usaha, semakin meyakinkan bahwa fungsi pemasaran dalam kegiatan pemasaran sangat penting artinya untuk kelangsungan hidup perusahaan. Pemasaran pada dasarnya menyangkut hubungan antara kebutuhan dan

²⁷ Fandy Tjiptono & Anastasia Dian, *Total Quality Management* (Yogyakarta : Andi, 2000), hlm. 4.

²⁸ Dewi Hanggraeni, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 2012), hlm. 5.

keinginan pasar dengan produk dan jasa yang dihasilkan produsen sehingga terjadi alih kepemimpinan.²⁹

Berdasarkan penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu yang mengkaji beberapa aspek berkaitan dengan analisis manajemen pemasaran maka lihat tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1, Penelitian terdahulu

NO	NAMA & JUDUL	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN & PERBEDAAN
1.	Vivi Noviyannah (2011) Manajemen Kualitas Produk <i>Home Industry</i> Perspektif Ekonomi Islam (<i>Studi di Home Industry Fair Lady Karangbanjar Bojongsari Purbalingga</i>)	Manajemen kualitas yang diterapkan dalam pembuatan produk lebih mengutamakan kualitas sebagai unggulan daya saing dalam dunia bisnis	Persamaanya adalah Manajemen kualitas dari sisi intern dan ekstern. Perbedaanya adalah manajemen pembuatan produk lebih meningkatkan kualitas dalam daya saing dalam dunia bisnis sedangkan penelitian saya meningkatkan kualitas produk dalam meningkatkan permintaan ekpor dalam persaingan bisnis internasional
2	Nunik Subarikat (2011) Manajemen Kerja Sektor Informal Perspektif Ekonomi Islam (<i>Studi di Sentra Industri Sandal Bandol Banaran Kelurahan Pasir Kidul Purwokerto Barat Banyumas</i>)	Manajemen kerja dibutuhkan untuk mengatur semua kegiatan, baik dalam sektor formal maupun informal agar tujuan perusahaan tercapai	Persamanya adalah manajemen kerja dalam mencapai tujuan perusahaan. Perbedaanya adalah manajemen kerja sektor informal dari pandangan ekonomi Islam sedangkan penelitian saya dari sisi manajemen pemasaran untuk menghadapi para pesaingnya.

²⁹ Sukmadi, *Pengantar Ekonomi Bisnis* (Bandung: Humaniora Utama Press, 2010), hlm. 36.

3	Tatik Dwi Kristian (2012) Strategi Pemasaran produk Teror Asin perspektif ekonomi islam (<i>studi di UD Segi Jaya”Bebek Mas” di karang pucung kecamatan purwokerto selatan Kabupaten Bayumas</i>)	Strategi pemasaran yang di gunakan yaitu: Target pasar dan bauran pemasaran.	Persamaanya adalah manajemen kerja dalam mencapai kualitas produk untuk memuaskan konsumen. Perbedaanya adalah manajemen pemasaran produk mie sohun dari pandangan ekonomi Islam sedangkan penelitian saya dari sisi manajemen pemasaran dalam meningkatkan permintaan ekspor produk berkualitas baik dan alami.
---	--	--	--

F. Sistematika Pembahasan

Secara keseluruhan dalam penulisan skripsi ini. Penulis permudah pembagian skripsi ini menjadi tiga bagian yaitu: bagian awal, bagian isi dan bagian akhir.

Bagian awal dari skripsi ini memuat pengantar yang di dalamnya terdiri dari halaman judul, pernyataan keaslian, halaman pengesahan, nota dinas pembimbing, abstrak, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar singkatan, dan daftar lampiran.

Bagian isi dari skripsi terdiri dari lima bab, dimana gambaran mengenai tiap bab dapat penulis paparkan sebagai berikut:

Bab I, Merupakan pendahuluan yang memuat beberapa sub bab yaitu: latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

Bab II, Sebagai landasan teori yang membahas tinjauan umum tentang manajemen pemasaran *home industry* gula semut kristal organik dalam meningkatkan permintaan ekspor.

Bab III, Metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab IV, Berisi tentang tentang pembahasan hasil penelitian. Dalam bab ini yaitu membahas mengenai gambaran umum *home industry* gula jawa kristal organik Langgongsari, Cilongok, Banyumas yang meliputi: sejarah singkat berdirinya *home industry* gula jawa kristal organik, struktur organisasi, manajemen pemasaran, perusahaan, kualitas produk, sumber daya alam, sumber daya manusia, persaingan, permintaan produk, teknologi.

Bab V, penutup. Dalam bagian ini berisi simpulan dari pembahasan dan saran-saran sebagai akhir dari isi pembahasan.



IAIN PURWOKERTO

negara seperti Jerman, Jepang, dan Singapura. *Home industry* gula semut kristal organik ini merupakan *home industry* gula semut terbesar di wilayah Kabupaten Banyumas.¹²

Persaingan yang terjadi dalam *home industry* gula semut kristal organik sangat ketat. Tidak hanya persaingan di Langgongsari, Cilongok, Banyumas dan wilayah BARLINGMASCAKEB saja namun juga persaingan di berbagai daerah seperti Cilacap dan daerah lainnya. Tetapi perusahaan *home industry* gula semut kristal organik Langgongsari, Cilongok, Banyumas tetap unggul karena produk selalu tersedia dengan mengutamakan kualitas baik serta dibuat menggunakan bahan-bahan alami dan juga harga yang bersaing dengan produk yang lainnya sehingga produk yang diproduksi oleh perusahaan *home industry* gula semut kristal organik Langgongsari, Cilongok, Banyumas menjadi pemimpin pasar ekspor.



IAIN PURWOKERTO

¹² Bapak Salimun, Pemilik perusahaan *home industry* gula semut kristal organik Langgongsari, Cilongok, Banyumas, *Wawancara langsung* pada tanggal 15 Nopember 2014.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian di perusahaan *home industry* gula semut kristal organik di Langgongsari, Cilongok, Banyumas, bahwamanajemen pemasaran gula semut kristal organik dalam meningkatkan permintaan ekspor adalah:

Mengutamakan kualitas produk dengan cara menggunakan bahan-bahan alami yang *larunya* terbuat dari bahan tumbuh-tumbuhan dan tanpa sedikit pun campuran obat kimia yang berbahaya bagi tubuh manusia, memanfaatkan Sumber Daya Alam (SDA) yang tumbuh di lingkungan sekitar dan sangat mudah didapat, serta terjadwal waktu pengambilan sari-sari gula kepalanya (air nira). Memaksimalkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang sudah memiliki keahlian secara turun-temurun dan dikerjakan secara bersama-sama oleh para istri dan para suaminya serta dibantu oleh anak-anaknya dengan membagi tugasnya masing-masing, mengutamakan kepuasan konsumen dengan cara produk selalu tersedia berapapun permintaan ekspor dengan harga yang kompetitif.

Hal ini sesuai dengan teori Philip Kotler mengatakan bahwa lingkungan pemasaran suatu perusahaan terdiri dari “lingkungan mikro” dan “lingkungan makro”. Lingkungan mikro terdiri dari para pelaku yang langsung berkaitan dengan perusahaan yaitu: perusahaan, para pemasok bahan mentah, pasar prantara, para pelanggan, pesaing, dan para anggota masyarakat. Lingkungan

makro terdiri dari kekuatan-kekuatan yang bersifat kemasyarakatan yang mempengaruhi semua pelaku yaitu : fisik, teknologi, hukum dan kekuatan sosial/budaya.

B. Saran

Setelah melaksanakan penelitian tentang manajemen pemasaran *home industry* gula semut kristal organik Langgongsari, Cilongok, Banyumas, penulis memiliki beberapa saran agar kedepannya perusahaan gula semut kristal organik lebih baik.

Secara keseluruhan manajemen pemasaran gula semut kristal organik sudah baik, hal ini ditunjukkan dengan perencanaan proses produksi gula semut kristal untuk membuat produk yang berkualitas tinggi, serta sumber daya alam dan sumber daya manusia dengan potensi yang ada sudah dikelola dengan baik.

Namun menurut pengamatan penulis, pelaksanaan manajemen pemasaran gula semut kristal organik masih perlu ditingkatkan dan pemasaran gula semut kristal yang lebih baik. Penambahan yang dimaksud antara lain:

1. Agar kualitas produk, ketersediaan barang dipertahankan.
2. Perlu adanya pengembangan produk agar produk yang dibuat lebih variasi, harus memperluas pangsa pasar. Manajemen perusahaan juga harus mencoba pasar domestik agar pasar domestik juga dapat mencoba produk yang dibuat dari produk asli indonesia.
3. Hendaknya pelatihan untuk sumber daya manusia dalam proses pembuatan produk lebih ditingkatkan.
4. Perlu tempat penyimpanan barang untuk produk yang siap dipasarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, *kewirausahaan*, Bandung: ALFABETA, 2009.
- Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian I*, Cet V, Jakarta: Asdi Mahasatya, 2000.
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004.
- Aziz, Fathul Aminudin, *Manajemen Dalam Perspektif Islam*, Cilacap: Pustaka El-Bayan, 2012.
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian Cet I*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Black, James A . dan Dean J. Champion, *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*, Bandung: RefikaAditama, 1999.
- Budiono, *Kamus Ilmiah Populer Internasional*, Surabaya: Alumni, 2005.
- Daniel, Moehar, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi, Dilengkapi Beberapa Alat Analisa dan Penuntun Penggunaan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2001.
- Danim, Sudarwan, *Menjadi Peneliti Kualitatif Ancangan, metodologi, Presentasi, dan Publikasi. Hasil Penelitian Untuk Mahasiswa dan Peneliti Semula Bidang Ilmu-ilmu Sosial, Pendidikan dan Humaniora*, Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- DEPDIKNAS, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- E. Gumbira-sa'id, dkk, *Manajemen Teknologi Agribisnis*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 2001.
- Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011.
- Fathoni, Abdurrahmat, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Fendi, Rustam, *Produksi dalam Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2003.
- Haming, Murdifin dan Mahfud Nurmajamuddin, *Manajemen Produksi Modern*, Jakarta: Bumi Akasara, 2007.
- Hanggraeni, Dewi, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 2012.
- Hasan, Ali, *Manajemen Bisnis Syari'ah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

- Hasibuan, Malayu S.P., *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Jakarta: Bmi Aksara, 2005.
- Ibrahim, Ahmad, *Manajemen Syari'ah: Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006.
- Karmila, *Pemanfaatan Sumber Daya Ekonomi*, Klaten: Cempaka Putih, 2009.
- Kasali, Rhenald dkk, *Modul Kewirausahaan untuk program setara I*, Jakarta: Hikmah, 2012.
- Kotler, Philip dan kevin lane keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi keduabelas jilid 1, Jakarta: Macana Jaya Cemerlang, 2006.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, jilid I*, Jakarta: Erlangga, 1993.
- Longenecker, Justin G dkk., *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Machfoedz, Mahmud, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.
- Machfoedz, Mas'ud dan Muhmud Machfoedz, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan YKPN, 2004.
- Mangkunegara, Anwar Prabu, *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Bandung: Refika Aditama, 2003.
- Masyuhuri, *Ekonomi Mikro*, Malang: UIN-Malang Press, 2007.
- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Muhammad dan R. Lukman Fauroni.. *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah 2002.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta. UPP AMP YKPN 2004.
- _____, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2002.
- Nawawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1998, .
- Ndaraha, Taliziduhu, *Pengantar Teori Pengembangan Sumber daya Manusia*, Jakarta: Rineka Cipta, 1999.
- Siagian, Sondang P, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi Aksara, 1998.
- _____, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara, 1999.

- Simamora, Henry, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Sofyan, Assauri, *Manajemen Produksi*, Jakarta: LPFE-U1, 1989.
- Solihin, Ismail, *Memahami Business Plan*, Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Subekhi, Akhmad dan Mohammad Jauhar, *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Pustakarya, 2012.
- Suherman, Eman, *Prakik Bisnis Brebasis Entrepreneurship: Panduan Memulai dan Mengembangkan Bisnis dengan Mudah dan Sukses*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sukmadi, *Pengantar Ekonomi Bisnis*, Bandung: Humaniora Utama Press, 2010.
- Surakhmad, Winarno, *Pengantar Penelitian Penelitian Ilmiah Dasar Metoda Teknik*, Bandung: Tarsito, 1994.
- Tanireja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Tjiptono, Fandy & Anastasia Dian, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi, 2000.
- Yusanto, M. Ismail dan M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

NON BUKU

- Reni Rahmawati, *Analisis Manajemen Strategi dalam Menghadapi Persaingan Bisnis* (<http://lib.uin-malang.ac.id/thesis/fullchapter/03220040-reni-rachmawati.ps>, diakses 16 Mei 2013, pukul 02.35).
- Liptan, *Pembuatan gula semut* (Padang: Balai Informasi Pertanian). Online, (<http://www.dekindo.com/content/teknologi/Pembuatan%20Gula%20Semut.htm> tgl 09 desember 2013).
- Isimat, *Permintaan Impor dan Penawaran Ekspor*. Online (http://www.ut.ac.id/html/suplemen/espa4410/espa4410_1/isimat_2c.htm tanggal 18 Desember 2014).
- Kurniawan Budi Raharjo, "*Sumber Daya Alam (Makalah Ekonomi Pembangunan)*", <http://kurniawanbudi04.wordpress.com/2013/02/17/sumber-daya-alam-makalah-ekonomi-pembangunan/>, diakses pada tanggal 31 Oktober 2013, pukul 16.53.