

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kelurahan Cipinang terletak di Kecamatan Pulogadung Kota Administrasi Jakarta Timur Provinsi DKI Jakarta. Wilayah Cipinang dapat dikategorikan sebagai daerah padat penduduk karena memiliki jumlah penduduk ketiga tertinggi yaitu sebanyak 46.254 jiwa pada tahun 2017 dari 7 Kelurahan yang ada. Penduduk perempuan berjumlah 22.971 dan penduduk laki-laki berjumlah 23.283 jiwa.¹

Kelurahan Cipinang memiliki luas wilayah sebesar 1,53 km² terletak di wilayah timur Jakarta. Jalan utama yang ada di Kelurahan Cipinang menjadi jalan penghubung antara wilayah Jakarta dan Bekasi. Kelurahan Cipinang terdiri dari 18 Rukun Warga dan 183 Rukun Tetangga dengan luas wilayah sebesar 9,80% dari keseluruhan wilayah yang berada di Kecamatan Pulogadung.²

Masyarakat di Kelurahan Cipinang terdiri dari berbagai lapisan masyarakat mulai dari masyarakat pra sejahtera sampai masyarakat sejahtera. Kondisi wilayah RW 017 sebagai lokasi komunitas sasaran penelitian memiliki lingkungan sosial yang cukup baik. Masyarakat RW

¹ Badan Pusat Statistik Kota Administrasi Jakarta Timur, Katalog BPS, *Pulogadung dalam Angka 2018*, (Jakarta: BPS Kota Administrasi Jakarta Timur, 2018), hlm.46

² *Ibid*, hlm.6

017 memiliki sikap sangat terbuka dan mudah menerima hal-hal baru. Pasar tumpah yang diadakan dalam seminggu dua kali merupakan salah satu tempat kegiatan ekonomi dan sosial masyarakat di wilayah ini.

Masyarakat Kelurahan Cipinang terdiri dari komunitas formal maupun non formal diantaranya yaitu komunitas ibu-ibu PKK Kelurahan Cipinang, komunitas LMK (Lembaga Masyarakat Kelurahan) Kelurahan Cipinang, komunitas pemuda Karang Taruna, komunitas remaja masjid (RISBI), dan komunitas usaha masyarakat. Komunitas masyarakat yang menjadi sasaran peneliti yaitu komunitas usaha di wilayah RW 017 yang bernama Kelompok Flamboyan. Komunitas usaha yang didalamnya terdiri dari ibu-ibu rumah tangga yang aktif di lingkungan karena hingga saat ini sebagian besar anggota Kelompok Flamboyan merupakan ibu-ibu pengajar di PAUD RW 017.

Kelompok Flamboyan merupakan komunitas ibu-ibu rumah tangga yang berada di wilayah Kelurahan Cipinang yaitu RW 017. Ibu-ibu tersebut bersama-sama membentuk komunitas usaha sebagai tambahan penghasilan keluarga. Komunitas ini diketuai oleh ibu Dasini yang merintis kelompok usaha sejak 1995.

Eksistensi Kelompok Flamboyan sudah tidak diragukan lagi di daerah Cipinang. Penggemar dari produk-produk Kelompok Flamboyan adalah masyarakat Cipinang yang sudah lama menjadi pelanggan

produk komunitas ini. Pelanggan produk komunitas Flamboyan turut membantu mempromosikan produk kepada sanak keluarga meskipun pemesanan produk lebih sering dilakukan saat Hari Raya atau hari-hari besar lainnya.

Anggota Kelompok Flamboyan yang tercatat dalam buku administrasi anggota yaitu sebanyak 12 orang, namun saat ini anggota yang aktif hanya sebanyak 6 orang yaitu Ibu Dasini (65 tahun), Ibu Wenny (63 tahun), Ibu Tresye (56 tahun), Ibu Aty (51 tahun), Ibu Pipit (45 tahun), dan Ibu Irma (36 tahun). Enam orang anggota tersebut terdiri dari seorang Ketua, seorang Bendahara, seorang Sekretaris dan tiga orang lainnya merupakan anggota biasa namun untuk praktiknya semua terlibat dalam proses produksi.

Kegiatan yang dilakukan oleh Kelompok Flamboyan yaitu memproduksi makanan ringan dan minuman sehat. Produk yang dihasilkan yaitu Kue Bawang, *Cheese Stick*, minuman Wornas (wortel nanas) dan Worjer (wortel jeruk). Kegiatan produksi dilakukan di rumah Ibu Wenny yang berlokasi di Jl. Sodong Utara I No. 41 RT. 006 RW. 017 Kelurahan Cipinang. Produksi dilakukan dengan cara berkelompok dan masing-masing anggota memiliki tugas saat produksi.

Produk makanan ringan dikemas menggunakan plastik bening tebal yang disesuaikan dengan jumlah pesanan dan produk minuman sehat dikemas menggunakan botol plastik 200ml. Kelompok Flamboyan

tidak memberikan label pada produk karena anggota komunitas merasa biaya membuat dan mencetak label produk yang mahal. Komunitas hanya menggunakan label produk ketika diadakannya bazaar tingkat Kelurahan dan Kecamatan sehingga untuk desain dan cetak label dilakukan di warnet dengan biaya print warna yang terbilang mahal.

Pemasaran produk-produk hasil produksi Kelompok Flamboyan dilakukan dengan cara penjualan tatap muka (*personal selling*) oleh anggotanya sendiri sebagai produsen ke masyarakat sebagai konsumen. Definisi *personal selling* menurut *Converse et al.* (1960) dalam Dian dan Jony (2012) merupakan penyajian secara lisan dalam bentuk percakapan kepada seseorang atau beberapa orang calon pelanggan dengan tujuan untuk melaksanakan penjualan.³ Komunitas tidak memiliki tim khusus untuk melakukan penjualan produk. Proses produksi maupun pemasaran produk dilakukan bersama-sama.

Produk dijual langsung kepada relasi anggota komunitas yaitu tetangga sekitar, keluarga dan masyarakat luar daerah Cipinang yang sebelumnya mengetahui produk dari keluarga atau ketika ada pameran produk di tingkat lokal. Hasil identifikasi awal dengan ketua Kelompok Flamboyan menuturkan bahwa pernah ada pembeli dari Makassar dan

³ Yudhiartika, D. and J. O. J. B. S. E. Haryanto (2012). "Pengaruh *Personal Selling, Display*, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek Dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan Pond's." *Buletin Studi Ekonomi*. **17**(2). 142-156

beberapa kota lain namun pembeli tersebut masih anggota keluarga dari ibu-ibu Kelompok Flamboyan.

Produk yang dijual berupa produk makanan ringan yang mudah hancur dan minuman sehat yang tidak berpengawet sehingga proses memasarkan produk masih menggunakan metode pemasaran langsung. Produk banyak dipesan ketika bulan Ramadhan menjelang hari raya Idul Fitri namun, saat bulan-bulan biasa hanya sedikit pesanan yang diterima bahkan sampai tidak mendapat pesanan. Ibu Dasini dan Ibu Wenny yang biasa melakukan penjualan. Ibu Wenny menjabat sebagai Bendahara di komunitas ini memiliki banyak pengalaman dalam memasarkan produk sehingga jika diadakan pameran pun Ibu Wenny yang menawarkan langsung produk-produk Kelompok Flamboyan ke calon pelanggan.

Anggota Kelompok Flamboyan memiliki keahlian masing-masing dan mereka saling melengkapi. Keahlian yang dimaksud yaitu seperti ada yang pandai menjual produk, ada yang pandai mengolah resep ataupun mengelola keuangan komunitas. Kelompok Flamboyan memiliki anggota dengan keahlian yang berbeda-beda, namun dalam pembagian tugas untuk masalah administrasi komunitas dan pemasaran produk cenderung mengandalkan 2 orang anggota saja.

Kelompok Flamboyan baru mendapatkan Izin Usaha Mikro Kecil dari pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang diterbitkan tanggal 24

Januari 2019. Kelompok Flamboyan tidak hanya tergabung dalam Kelompok UP2K PKK Kelurahan Cipinang, komunitas ini di bina juga oleh pihak Sudin Ketahanan Pangan Kelautan dan Pertanian (KPKP) Kecamatan Pulogadung. Pihak Sudin KPKP menuturkan bahwa Kelompok Flamboyan merupakan satu-satunya komunitas usaha yang aktif di Kelurahan Cipinang. Komunitas ini terbukti selalu terlibat di kegiatan pameran hasil produk komunitas usaha di tingkat Kelurahan, Kecamatan bahkan Kota.

Kelompok Flamboyan berpeluang untuk menjadi komunitas usaha masyarakat yang berkembang dan dikenal oleh masyarakat luas. Komunitas usaha ini mampu menjadi contoh di masyarakat meskipun seluruh anggotanya sudah berkeluarga dan sebagian memiliki pekerjaan sebagai pengajar PAUD.

Rangkaian permasalahan yang telah dipaparkan ini mendorong peneliti untuk tertarik mengkaji kasus mengenai manajemen pemasaran produk Kelompok Flamboyan Kelurahan Cipinang Kecamatan Pulogadung. Proses riset aksi partisipai manajemen pemasaran yang akan dilakukan di Kelompok Flamboyan ini akan memberi dampak baik untuk pemasaran produk-produk yang telah dihasilkan.

B. FOKUS PENELITIAN

Fokus penelitian dipilih berdasarkan latar belakang masalah yang telah di paparkan. Peneliti tertarik untuk melakukan kaji dan aksi

secara partisipatoris yang terfokus pada Kelompok Flamboyan. Fokus kajian dan aksi pada komunitas tersebut didasari dengan pertimbangan bahwa kebutuhan dari komunitas usaha Flamboyan.

Ruang lingkup kajian dibatasi pada manajemen pemasaran produk sedangkan rangkaian aktivitas aksi dalam penelitian ini berpeluang terbatas hanya pada pengembangan promosi produk Kelompok Flamboyan. Fokus penelitian yang telah ditetapkan ini maka peneliti dapat mengusulkan formulasi permasalahan penelitian ini, yakni Bagaimanakah proses yang terjadi dalam pengembangan kapasitas manajemen pemasaran komunitas usaha Flamboyan warga RW. 017 Kelurahan Cipinang Jakarta Timur?

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki tujuan secara umum untuk mengkaji, memperoleh informasi secara empiris dan melakukan aktivitas secara transformatif tentang Pengembangan Kapasitas Manajemen Pemasaran Komunitas Usaha Flamboyan Warga RW. 017 Kelurahan Cipinang Jakarta Timur.

D. KEGUNAAN DAN MANFAAT PENELITIAN

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini berbasis riset aksi yang dapat membangun kapasitas diri peneliti dalam mengembangkan ilmu yang telah didapat selama perkuliahan, memiliki relasi yang baik dengan masyarakat sebagai

sasaran penelitian, dan mampu menerapkan prinsip-prinsip partisipasi di masyarakat.

b. Bagi Program Studi Pendidikan Masyarakat

Penelitian ini dapat menjadi salah satu acuan untuk mengembangkan ilmu pendidikan masyarakat melalui pembelajaran yang terjadi dalam riset aksi yang dilakukan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijadikan salah satu alternatif metode penelitian bagi peneliti di Jurusan Pendidikan Masyarakat.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengembangan ilmu yang membangun integritas almamater Universitas dan menjadi salah satu referensi pustaka di Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta yang bermanfaat untuk kepentingan ilmiah berikutnya.

d. Bagi Masyarakat

Masyarakat memiliki pemahaman dan kesadaran untuk melakukan perubahan bersama melalui aksi berupa partisipasi di dalam komunitas yang dimiliki sehingga pada akhirnya perubahan yang terjadi menjadi solusi dari permasalahan yang ada.

e. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat memberikan gambaran pada peneliti lain yang menggunakan metode serupa berdasarkan kebutuhan masyarakat

sasaran dalam menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi oleh komunitas sasaran.