

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Bab satu menjabarkan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematis penulisan:

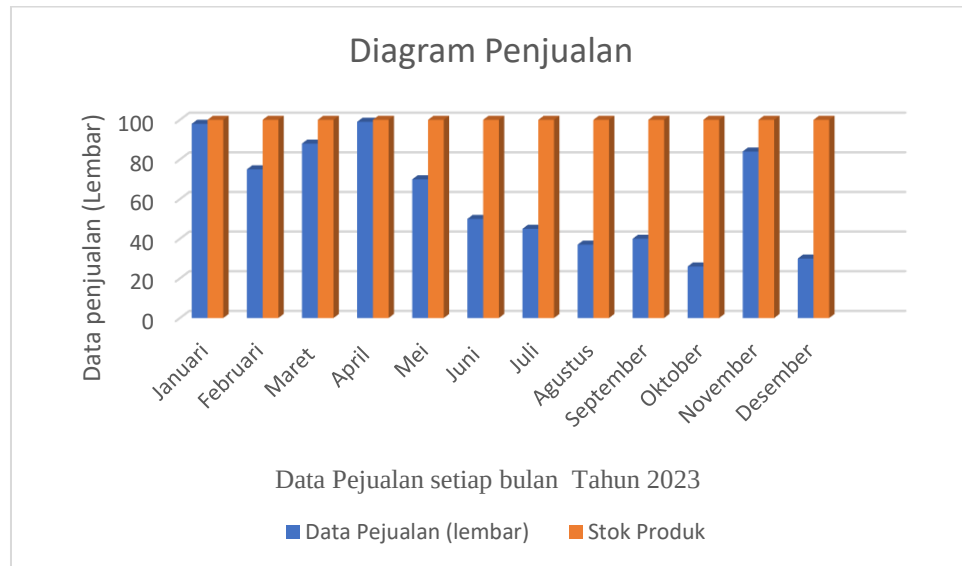
### **1.1 Latar Belakang**

Era industri saat dimana persaingan semakin kompetitif, perusahaan perlu mempertahankan keberadaannya agar tidak kalah saing dengan perusahaan lain. Perusahaan perlu mempertimbangkan risiko yang mungkin terjadi untuk menghindari kerugian. Untuk meminimalkan kerugian, perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran diharapkan dapat mendukung keberhasilan perusahaan dengan berfokus pada produk yang ditawarkan kepada konsumen. Tidak hanya perusahaan besar, tetapi industri kreatif seperti umkm juga perlu menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan yang optimal(Jufriyanto, 2021).

Industri kreatif merupakan sektor yang penuh dengan aktivitas dan kreasi, terutama di bidang yang mengandalkan input kreatif yang tinggi. Fokus utama dari industri ini adalah kreativitas, keahlian, dan bakat, yang sering disebut sebagai modal intelektual. Industri kreatif dianggap sebagai salah satu solusi ekonomi bagi suatu negara setelah mengalami resesi ekonomi, terutama dalam hal menciptakan lapangan kerja dan menjaga keberlangsungan ekonomi negara. Contohnya adalah industri batik atau usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor batik.(Indriartiningtias et al., 2019)

UMKM di Indonesia terus berkembang, meski sering dianggap sebagai usaha dengan modal kecil dan sumber daya terbatas. Salah satu UMKM yang sudah lama berkembang adalah Kampung Batik Madura di Desa Paseseh, Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur. Kampung Batik Madura memproduksi batik dengan berbagai jenis, yaitu batik premium, non-premium, dan reguler. Harga batik bervariasi, mulai dari ratusan ribu hingga puluhan juta rupiah. Perbedaan ketiga jenis batik ini terletak pada proses pembuatan dan bahan baku yang digunakan. Proses pembuatan batik non-premium dan reguler melibatkan pelipatan kain saat pencelupan, sedangkan batik premium tidak. Bahan baku yang digunakan

juga berbeda, seperti jenis kain, lilin cair, dan canting. Canting yang digunakan pada batik premium memiliki lubang yang lebih kecil, lilin yang digunakan berkualitas premium, dan kain yang digunakan memiliki kualitas yang lebih baik.



Gambar 1.1 Penjualan Tahun 2023

Penjualan UMKM Kampung Batik Madura mengalami penurunan secara tidak konsisten selama 12 bulan terakhir pada tahun 2023. Pada bulan Januari, penjualan mencapai 98 lembar, tetapi menurun menjadi 75 lembar pada bulan Februari dan 30 lembar pada bulan Desember yang dimana pembuatan produk setiap bulannya memproduksi produk sebanyak 100 lembar. UMKM Kampung Batik Madura memproduksi batik berdasarkan permintaan, dan sisa batik pada setiap bulan akan digunakan atau dijual di toko pribadi. Pemasaran batik hanya dilakukan melalui toko dan media sosial dengan persediaan produk maksimal 200 lembar. UMKM Kampung Batik Madura sistem pemasaran yang digunakan saat ini menggunakan strategi pemasaran yang dimana sudah marketing yaitu produk yang diproduksi akan dipasarkan melalui media internet seperti Instagram, facebook, dan shopee. Menurut pemilik UMKM Kampung Batik Madura, penyebab penurunan penjualan dikarenakan adanya kendala perumusan strategi pemasaran yang belum optimal, minimnya pengetahuan dalam *digital marketing* dan *electronic commerce (e-commer)*, dan promosi kurang maksimal. Oleh sebab itu diperlukan strategi yang tepat agar dapat meningkatkan profit usaha yang baik.

Penelitian yang direncanakan penulis ini penting dilakukan supaya dapat meningkatkan profit usaha pada UMKM Kampung Batik Madura yang dimana

memanfaatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi agar laju usaha tetap berjalan dengan baik. Metode yang digunakan menyelesaikan permasalahan diatas dengan menggunakan metode analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Metode SWOT dan QSPM sangat tepat untuk memberikan strategi kedepannya untuk UMKM Kampung Batik Madura. Menurut Harisudin (2019) metode SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategi yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi. Metode SWOT digunakan untuk menganalisa faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan pada UMKM Kampung Batik Madura baik dari faktor internal maupun faktor eksternal berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada UMKM Kampung Batik Madura. Menurut Widiyarini (2019) metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) mengidentifikasi alternatif strategi yang tepat atau terbaik untuk keadaan UMKM Kampung Batik Madura dan memberikan penilaian terhadap strategi optimalisasi pengembangan UMKM Kampung Batik Madura. Supaya menghasilkan rekomendasi strategi pemasaran yang tepat untuk mengembangkan usaha UMKM Kampung Batik Madura.

Berdasarkan penjabaran latar belakang yang telah di sampaikan penelitian ini bertujuan untuk **“STRATEGI PENGEMBANGAN MARKETING INDUSTRI KREATIF (STUDI KASUS UMKM KAMPUNG BATIK MADURA TANJUNG BUMI)”** perlu dilakukan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan penelitian ini perumusan masalah sebagai berikut

1. Apa sajakah faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan UMKM Kampung Batik Madura?
2. Apa saja alternatif strategi yang dapat di aplikasikan untuk pengembangan UMKM Kampung Batik Madura?
3. Bagaimana penentuan prioritas startegi menggunakan metode QSPM?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai berikut.

1. Menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perkembangan UMKM Kampung Batik Madura
2. Merekomendasi alternatif strategi yang dapat di aplikasikan untuk pengembangan UMKM Kampung Batik Madura
3. Menentukan prioritas strategi menggunakan metode QSPM

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan membantu usaha UMKM Kampung Batik Madura dengan meningkatkan bisnis dan meningkatkan kepercayaan konsumen diharapkan dapat membantu produsen dalam meningkatkan nilai produknya, sehingga konsumen juga memperoleh nilai tambah.

### 1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini yaitu objek penilain ini berfokus pada UMKM Kampung Batik Madura Tanjung Bumi, dan Responden penelitian ini berfokus pada *follower* media Instagram Kampung Batik Madura yang memiliki jumlah *follower* sebanyak 838 akun di media Instagram.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan yang dipakai pada penelitian ini akan dibahas sebagai berikut:

#### BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan gambaran umum masalah penelitian yang akan dilakukan, dimana terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan batasan masalah.

#### BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan teori yang relevan dengan penelitian skripsi.

#### BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memaparkan tahapan prosedur penelitian yang dimulai dari pengambilan data hingga pengolahan data.

**BAB IV: PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini menjabarkan mengenai pengolahan data dan interpretasi analisa hasil penelitian.

**BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini memaparkan hasil kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

**DAFTAR PUSTAKA**