

BAB I

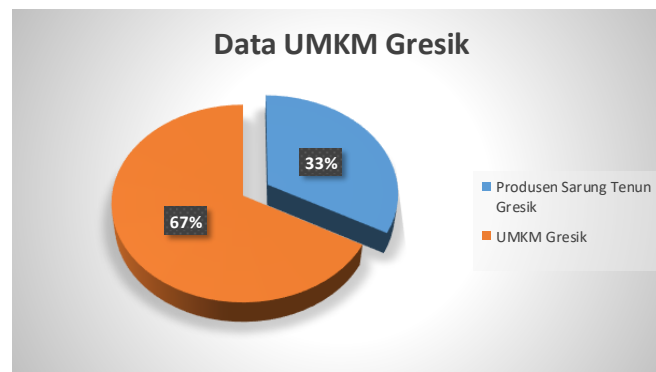
PENDAHULUAN

Bab satu menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, asumsi penelitian dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Menurut Githapradana (2018), Sarung tenun merupakan suatu benda yang dibuat oleh manusia atau yang disebut artifak budaya Indonesia. Indonesia sebagian besar menggunakan sarung sebagai busana adat, seperti Jawa, Sulawesi, Sumatra, Nusa Tenggara Timur. Pengertian menurut kamus besar bahasa Indonesia sarung tenun merupakan kain panjang pada tepi pangkal yang dijahit berhubungan. Bahasa Inggris dari sarung adalah *sarong* menurut *Oxford English Dictionary* merupakan pakaian yang berupa kain panjang yang digunakan dengan cara dililitkan atau dilipat pada pinggang atau bagian dada.

Kota Gresik merupakan kota yang memiliki banyak UMKM pada website resmi dari Dinas Kabupaten kota Gresik mendapatkan data, sebagai berikut :



Gambar 1.1 Data UMKM Gresik (Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gresik, 2021)

Gambar 1.1 menjelaskan data UMKM yang berada di Gresik yang di dapat dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah, perindustrian, dan perdagangan Kabupaten Gresik (2021) terdapat data sejumlah 7331 UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Gresik. Data tersebut menunjukkan sebanyak 33% jumlah UMKM yang bergerak

dibidang produksi sarung tenun tradisional dan sebanyak 67% UMKM lainnya, maka dari data tersebut menunjukkan banyaknya UMKM yang bergerak dibidang sarung tenun. Menurut website <https://surabaya.liputan6.com/read/4107906/mengenal-sarung-asal-gresik-yang-diproduksi-tradisional> Kota Gresik dikenal dengan sebutan Kota Santri dan Kota Industri, selain itu Kota Gresik dikenal juga sebagai penghasil sarung tenun yang masih menggunakan alat tradisional. Produksi sarung yang berada di Gresik memiliki banyak merek yang dipasarkan seperti merek BHS dan Wadimor, kedua sarung tersebut terkenal di kota Gresik yang memiliki tingkat keunggulannya tersendiri. Keunggulan dari sarung BHS yaitu keunikan motif, warna cenderung maskulin, warna solid dan sarung Wadimor yaitu kain halus, warna tidak luntur, nyaman dipakai, maka UMKM lainnya menjadikan BHS dan Wadimor menjadi pusat acuan, sehingga UMKM lainnya ingin menyetarakan agar sejajar dengan BHS dan Wadimor. Salah satu UMKM yang ingin menjadikan hasil atau produksi sarung tersebut dapat bersaing dengan pesaing seperti BHS dan Wadimor adalah CV. Lamiya.

CV. Lamiya merupakan sebuah usaha yang bergerak memproduksi sarung tenun. Sarung tenun diproduksi menggunakan tenaga manusia, dimana CV. Lamiya tersebut menggunakan sistem produksi *make to stock*. Produk yang di produksi oleh CV. Lamiya terdapat dua jenis yaitu sutra dan mesres. Mesres merupakan kain yang diproses dengan teknik yang menghasilkan kain katun apabila dicuci tidak banyak menyusut, penyusutannya tidak lebih dari 10%. Sutra merupakan serat protein alami yang dapat ditenun menjadi tekstil, jenis yang biasa digunakan yaitu berasal dari kepompong yang dihasilkan dari ulat sutra murbei yang ditenak. Merek yang di produksi dan pasarkan oleh CV. Lamiya yaitu dengan merek “Sarung Tenun Kerajinan Tangan LAMIYA”. Banyak UMKM yang bergerak memproduksi sarung tenun yang berlokasi didekat CV. Lamiya, sehingga CV. Lamiya memiliki banyak pesaing yang dapat berpotensi mengalami berkurangnya minat beli konsumen terhadap sarung Lamiya, seperti pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Penjualan sarung CV. Lamiya

Tahun 2022		
Bulan	Mesres	Sutra
April	240	36
Mei	5	3
Juni	-	-
Juli	562	-
Agustus	-	-
September	233	23

Tabel 1.1 merupakan tabel data penjualan sarung CV. Lamiya selama enam bulan. Data bulan april CV. Lamiya menjual sarung tenun dengan jenis mesres sebanyak 240 sarung dan 36 sarung sutra. Data tersebut menjelaskan terdapat penjualan yang tidak terjadi peningkatan atau stabilnya penjualan, maka dari itu perlu dilakukan peningkatan strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan penjualan sarung di CV. Lamiya.

Berdasarkan permasalahan yang ada pada CV. Lamiya agar sejajar dalam menentukan strategi yang digunakan untuk memposisikan sarung dari CV. Lamiya dengan pesaing, maka digunakan *positioning* dengan menggunakan metode *multidimensional scaling*, agar mengetahui strategi apa yang nantinya akan digunakan untuk mencari daya tarik dari produk sarung CV. Lamiya dengan penilaian tingkat kemiripan dari persepsi konsumen, agar sarung dari CV. Lamiya dapat bertahan walaupun terdapat pesaing yang bermunculan. Fungsi dari metode *multidimensional Scaling* sendiri menurut Rinawiyanti (2018) adalah untuk mengubah penilaian dari pihak konsumen secara menyeluruh dalam jarak yang telah digambarkan dalam *multidimensional*. Penelitian terdahulu yang telah menggunakan metode *multi dimensional Scaling* untuk menentukan pemetaan *positioning* seperti, Rinawiyanti (2018) yang menggunakan metode *multidimensional scaling* dengan obyek *city car* yang berada di Kota Makasar.

Positioning merupakan suatu cara suatu produk dibandingkan dengan produk lain pesaing oleh konsumen (Kotler P. , 2006). Suatu *positioning* adalah upaya menawarkan nilai dari suatu produk dalam segmen tertentu untuk mengetahui dan memahami perbandingan dengan pesaingnya. Dimana *positioning* menanamkan citra terhadap produk pelaku pada segment yang telah dipilih. *Positioning* memiliki

hubungan dengan menggunakan suatu komunikasi agar konsumen terbentuk dalam suatu citra tertentu.

Permasalahan di CV. Lamiya dengan menggunakan *positioning* dapat merubah pandangan konsumen terhadap produk sarung CV. Lamiya dengan produk pesaing dan mampu membuat strategi yang akan digunakan CV. Lamiya untuk meningkatkan penjualan sarung tersebut dan memiliki tingkat kualitas yang sejajar dengan pesaing, dengan tujuan melakukan perbaikan terhadap produk sarung di CV. Lamiya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah pada penelitian ini, sebagai berikut :

1. Bagaimana mengidentifikasi kriteria yang digunakan untuk menentukan *positioning*?
2. Bagaimana menguraikan *positioning* produk sarung CV. Lamiya dibanding produk pesaing?
3. Bagaimana menentukan strategi perbaikan produk sarung di CV. Lamiya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah, sebagai berikut :

1. Identifikasi kriteria yang digunakan untuk menentukan *positioning*.
2. Menguraikan *positioning* produk sarung CV. Lamiya dibanding produk pesaing.
3. Menentukan strategi perbaikan produk sarung di CV. Lamiya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu membantu pihak UMKM dalam mengetahui *positioning* dan strategi produknya dalam menentukan langkah yang akan diambil.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Data penjualan merupakan data penjualan pada bulan April – September .
2. Penyebaran kuesioner di wilayah Kota Gresik dengan responden warga Kota Gresik yang mengerti tentang sarung.
3. Sarung yang diteliti yaitu sarung yang berjenis mesres.
4. Pesaing sarung yang digunakan yaitu BHS dan Wadimor.

1.6 Asumsi

Asumsi dari penelitian ini yaitu data yang digunakan dalam penelitian yang terdapat pada kriteria diasumsikan tidak terjadi perubahan.

1.7 Sistematika Penulisan

Bagian utama ditulis dengan sistematika yang sesuai dengan panduan penulisan tugas akhir agar pembaca lebih mudah dalam memahami. Berikut ini merupakan sistematika penulisan tugas akhir:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I Pendahuluan merupakan bagian berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, asumsi, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II Tinjauan Pustaka merupakan bab yang menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini. Teori-teori yang ditulis adalah sebagai bahan referensi dan pendukung yang dapat membantu dalam penulisan laporan tugas akhir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III Metode Penelitian berisi mengenai metode-metode dalam penelitian yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada. Selain itu, bab ini juga berisi mengenai alur pengerjaan laporan tugas akhir dari awal sampai selesai.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV Hasil dan Pembahasan berisi mengenai hasil pengolahan data dengan metode-metode yang telah ditentukan pada Bab III sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V Kesimpulan dan Saran merupakan bab terakhir dalam laporan tugas akhir yang berisi mengenai kesimpulan tentang apa yang dibahas pada penelitian ini yang kemudian memberikan saran sebagai pengembangan untuk penelitian selanjutnya.