

BAB I PENDAHULUAN

BAB I merupakan pendahuluan dari penelitian yang akan membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan masalah.

1.1 Latar Belakang

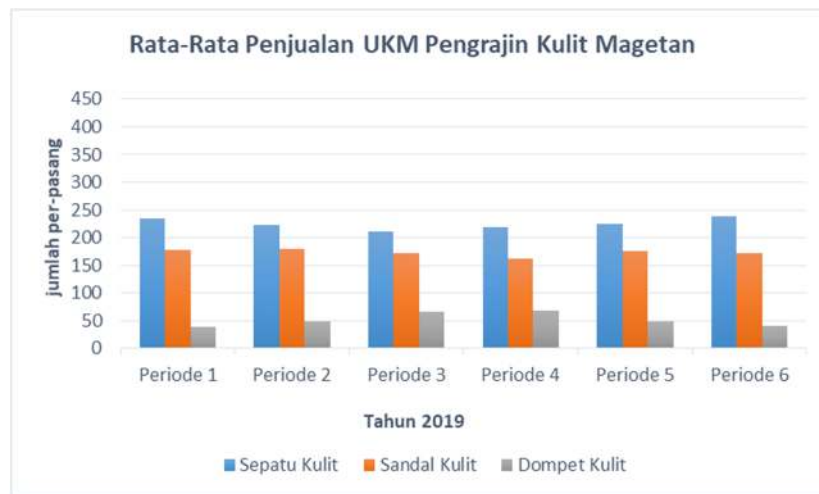
ELA merupakan UKM yang bergerak dibidang Pengrajin Kulit. ELA memiliki beberapa varian produk yang berbahan baku kulit sapi. Penerapan strategi pemasaran dapat membantu ELA dalam menentukan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang dan membantu beradaptasi dengan perkembangan zaman serta masalah-masalah yang di alami ELA dapat terpecahkan. Agar dapat terpecahkan perlu dilakukan penelitian yaitu mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan dari ELA, maupun mengidentifikasi faktor peluang dan ancaman dari luar UKM.

Mojopurno adalah sebuah kelurahan di wilayah kecamatan Ngariboyo Kabupaten Magetan Jawa Timur yang menjadi salah satu sentra Pengrajin Kulit yang lokasinya cukup dekat dengan Kota Magetan, menjadikan lokasi pengrajin kulit ini semakin mudah untuk dijangkau. Tidak hanya konsumen lokal saja, namun terdapat juga konsumen dari berbagai daerah yang datang untuk memesan produk kulit Magetan. Produk yang ditawarkan cukup bagus dan harga yang terjangkau dapat bersaing dengan produk-produk berlabel dan memiliki *Brand*. Pengrajin tidak hanya membuat dan menjualnya di sekitar lokasinya saja namun juga mendistribusikan hasil produksinya ke sejumlah pasar besar, misalnya Pasar Baru Magetan dan beberapa Mall yang ada di daerah Karesidenan Madiun.

Tabel 1.1 data rata-rata penjualan produk sepatu kulit, sandal kulit dan dompet kulit pada UKM pengrajin kulit Magetan

No	Produk	Periode 1	Periode 2	Periode 3	Periode 4	Periode 5	Periode 6
1	Sepatu Kulit	235	222	212	218	225	238
2	Sandal Kulit	177	180	171	163	176	172
3	Dompet Kulit	38	48	67	69	49	40

Sumber : Data UKM Pengrajin Kulit, 2018



Gambar 1.1 Diagram rata-rata pemasaran produk kulit pada UKM pengrajin kulit Magetan

Permasalahan pada UKM pengrajin kulit 'ELA' adalah pada model yang kurang inovatif dan kurangnya promosi yang dilakukan. Cara mempromosikan sebuah produk masih minim dan model produk yang kurang bervariasi. Permasalahan ini terlihat juga dari saran konsumen yang menyinggung tentang kurangnya inovasi model produk yang sesuai trend masa kini.

Keunggulan dalam bersaing pada Usaha Kecil Menengah dilakukan untuk bisa mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang di milikinya. Hal yang perlu dilakukan untuk dapat unggul dalam bersaing adalah yaitu dengan memiliki manajemen pemasaran yang baik. Menurut Kotler (1997:8), pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai kepada pihak lainnya.

Strategi pemasaran merupakan logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Dalam membuat rencana strategi pemasaran yang baik dengan beberapa langkah yaitu mengetahui segmentasi pasar, posisi pasar dan target pasar. Setelah beberapa langkah tersebut diketahui, maka dapat disusun strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran. Menurut Selang, C.A (2013), Bauran

pemasaran merupakan suatu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

Strategi pemasaran yang baik merupakan strategi yang bisa lebih unggul dengan strategi yang dimiliki oleh pesaingnya. Oleh karena itu, untuk bisa lebih unggul perlu melakukan pengamatan terhadap strategi yang diterapkan oleh para pesaingnya dalam bidang usaha yang sama. Hal ini dilakukan untuk dapat merencanakan sebuah strategi pemasaran yang lebih baik dari. Langkah untuk menganalisa strategi pemasaran tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan *game theory*.

Menurut Julianto (2017), teori permainan merupakan suatu teori yang berkaitan dengan pengambilan sebuah keputusan pada saat ada dua belah pihak atau lebih berada dalam kondisi persaingan atau konflik. Langkah untuk menggunakan teori permainan ini yaitu dengan menentukan pemain, menentukan strategi yang ada, menentukan kecenderungan dari masing-masing pemain.

Teori permainan dapat dilakukan terhadap dua kelompok atau lebih yang saling berhadapan dan menerapkan aturan yang telah diketahui oleh masing-masing pemain. Jika berdasarkan pada kecenderungan konsumen, konsumen akan memilih produk yang akan memuaskan keinginannya. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin membuat rencana perumusan strategi pemasaran yang optimal pada UKM Pengrajin Kulit Magetan.

1.2 Rumusan Masalah

Pada penelitian, sebuah masalah yang diangkat yaitu bagaimana cara mengoptimalkan strategi pemasaran pada UKM Pengrajin Kulit Magetan berdasarkan kecenderungan permintaan konsumen.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui kecenderungan konsumen terhadap atribut pada UKM Pengrajin Kulit Magetan serta merumuskan strategi pemasaran berdasarkan kecenderungan konsumen tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama dibangku kuliah ke perusahaan atau kondisi lapangan yang sebenarnya.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi Pengrajin Kulit Magetan untuk merumuskan strategi pemasaran yang bagus.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian yaitu:

1. Konsumen produk kulit yang berada di Kabupaten Magetan.
2. Strategi pemasaran yang berdasarkan pada kecenderungan konsumen
3. Produk kulit yang di teliti yaitu sepatu kulit, dompet kulit dan sandal kulit

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari tahapan-tahapan pengerjaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

BAB I akan membahas tentang latar belakang, perumussn masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan masalah.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II menjelaskan tentang teori yang berkaitan dengan topik penelitian skripsi yang akan dilaksanakan yaitu tentang strategi pemasaran pada UKM Pengrajin Kulit Magetan dengan metode Analisis Biplot. Pada teori yang ada pada bab ini akan dijadikan sebagai acuan untuk melakukan langkah-langkah dari penelitian agar tujuan dari penelitian ini dapat tercapai sesuai yang diharapkan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III menguraikan mengenai langkah-langkah dalam penelitian, termasuk lokasi penelitian, waktu, metode pelaksanaan, metode pengambilan data, dan materi yang dipaparkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV menjelaskan tentang langkah dan hasil pengumpulan data yang telah diperoleh, beserta dengan hasil pengolahan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisi kesimpulan dan saran dari hasil pengolahan data yang telah diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

BAB I merupakan pendahuluan dari penelitian yang akan membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan masalah.

1.1 Latar Belakang

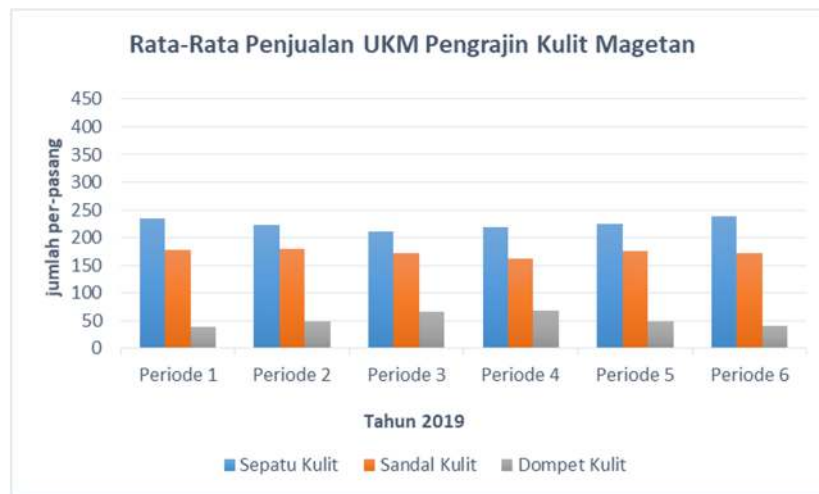
ELA merupakan UKM yang bergerak dibidang Pengrajin Kulit. ELA memiliki beberapa varian produk yang berbahan baku kulit sapi. Penerapan strategi pemasaran dapat membantu ELA dalam menentukan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang dan membantu beradaptasi dengan perkembangan zaman serta masalah-masalah yang di alami ELA dapat terpecahkan. Agar dapat terpecahkan perlu dilakukan penelitian yaitu mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan dari ELA, maupun mengidentifikasi faktor peluang dan ancaman dari luar UKM.

Mojopurno adalah sebuah kelurahan di wilayah kecamatan Ngariboyo Kabupaten Magetan Jawa Timur yang menjadi salah satu sentra Pengrajin Kulit yang lokasinya cukup dekat dengan Kota Magetan, menjadikan lokasi pengrajin kulit ini semakin mudah untuk dijangkau. Tidak hanya konsumen lokal saja, namun terdapat juga konsumen dari berbagai daerah yang datang untuk memesan produk kulit Magetan. Produk yang ditawarkan cukup bagus dan harga yang terjangkau dapat bersaing dengan produk-produk berlabel dan memiliki *Brand*. Pengrajin tidak hanya membuat dan menjualnya di sekitar lokasinya saja namun juga mendistribusikan hasil produksinya ke sejumlah pasar besar, misalnya Pasar Baru Magetan dan beberapa Mall yang ada di daerah Karesidenan Madiun.

Tabel 1.1 data rata-rata penjualan produk sepatu kulit, sandal kulit dan dompet kulit pada UKM pengrajin kulit Magetan

No	Produk	Periode 1	Periode 2	Periode 3	Periode 4	Periode 5	Periode 6
1	Sepatu Kulit	235	222	212	218	225	238
2	Sandal Kulit	177	180	171	163	176	172
3	Dompet Kulit	38	48	67	69	49	40

Sumber : Data UKM Pengrajin Kulit, 2018



Gambar 1.1 Diagram rata-rata pemasaran produk kulit pada UKM pengrajin kulit Magetan

Permasalahan pada UKM pengrajin kulit 'ELA' adalah pada model yang kurang inovatif dan kurangnya promosi yang dilakukan. Cara mempromosikan sebuah produk masih minim dan model produk yang kurang bervariasi. Permasalahan ini terlihat juga dari saran konsumen yang menyinggung tentang kurangnya inovasi model produk yang sesuai trend masa kini.

Keunggulan dalam bersaing pada Usaha Kecil Menengah dilakukan untuk bisa mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang di milikinya. Hal yang perlu dilakukan untuk dapat unggul dalam bersaing adalah yaitu dengan memiliki manajemen pemasaran yang baik. Menurut Kotler (1997:8), pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya terdapat individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai kepada pihak lainnya.

Strategi pemasaran merupakan logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Dalam membuat rencana strategi pemasaran yang baik dengan beberapa langkah yaitu mengetahui segmentasi pasar, posisi pasar dan target pasar. Setelah beberapa langkah tersebut diketahui, maka dapat disusun strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran. Menurut Selang, C.A (2013), Bauran

pemasaran merupakan suatu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

Strategi pemasaran yang baik merupakan strategi yang bisa lebih unggul dengan strategi yang dimiliki oleh pesaingnya. Oleh karena itu, untuk bisa lebih unggul perlu melakukan pengamatan terhadap strategi yang diterapkan oleh para pesaingnya dalam bidang usaha yang sama. Hal ini dilakukan untuk dapat merencanakan sebuah strategi pemasaran yang lebih baik dari. Langkah untuk menganalisa strategi pemasaran tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan *game theory*.

Menurut Julianto (2017), teori permainan merupakan suatu teori yang berkaitan dengan pengambilan sebuah keputusan pada saat ada dua belah pihak atau lebih berada dalam kondisi persaingan atau konflik. Langkah untuk menggunakan teori permainan ini yaitu dengan menentukan pemain, menentukan strategi yang ada, menentukan kecenderungan dari masing-masing pemain.

Teori permainan dapat dilakukan terhadap dua kelompok atau lebih yang saling berhadapan dan menerapkan aturan yang telah diketahui oleh masing-masing pemain. Jika berdasarkan pada kecenderungan konsumen, konsumen akan memilih produk yang akan memuaskan keinginannya. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin membuat rencana perumusan strategi pemasaran yang optimal pada UKM Pengrajin Kulit Magetan.

1.2 Rumusan Masalah

Pada penelitian, sebuah masalah yang diangkat yaitu bagaimana cara mengoptimalkan strategi pemasaran pada UKM Pengrajin Kulit Magetan berdasarkan kecenderungan permintaan konsumen.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui kecenderungan konsumen terhadap atribut pada UKM Pengrajin Kulit Magetan serta merumuskan strategi pemasaran berdasarkan kecenderungan konsumen tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama dibangku kuliah ke perusahaan atau kondisi lapangan yang sebenarnya.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi Pengrajin Kulit Magetan untuk merumuskan strategi pemasaran yang bagus.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian yaitu:

1. Konsumen produk kulit yang berada di Kabupaten Magetan.
2. Strategi pemasaran yang berdasarkan pada kecenderungan konsumen
3. Produk kulit yang di teliti yaitu sepatu kulit, dompet kulit dan sandal kulit

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari tahapan-tahapan pengerjaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

BAB I akan membahas tentang latar belakang, perumussn masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan masalah.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II menjelaskan tentang teori yang berkaitan dengan topik penelitian skripsi yang akan dilaksanakan yaitu tentang strategi pemasaran pada UKM Pengrajin Kulit Magetan dengan metode Analisis Biplot. Pada teori yang ada pada bab ini akan dijadikan sebagai acuan untuk melakukan langkah-langkah dari penelitian agar tujuan dari penelitian ini dapat tercapai sesuai yang diharapkan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III menguraikan mengenai langkah-langkah dalam penelitian, termasuk lokasi penelitian, waktu, metode pelaksanaan, metode pengambilan data, dan materi yang dipaparkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV menjelaskan tentang langkah dan hasil pengumpulan data yang telah diperoleh, beserta dengan hasil pengolahan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisi kesimpulan dan saran dari hasil pengolahan data yang telah diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN