

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Menurut kementerian koperasi dan UMKM Republik Indonesia Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan bagian dari industri kreatif yang memiliki kegiatan usaha untuk mengembangkan kreasi dan inovasi sehingga dapat menambah nilai jual pada suatu produk tertentu. Perkembangan UMKM di Indonesia sendiri selalu berkembang dari tahun ke tahun meskipun UMKM selalu diidentikan dengan usaha yang dimulai dengan keterbatasan modal dan sumber daya lainnya. UMKM dapat memberi solusi bagi pemerintah untuk meningkatkan jumlah tenaga kerja dan menekan angka kemiskinan di Indonesia, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1 Perkembangan UMKM

Indikator	Data					
	2015	%	2016	%	2017	%
Jumlah UMKM (Unit)	59,26 juta	99,99	61,65 juta	99,99	62,92 juta	99,99
Tenaga Kerja (Orang)	123,23 juta	96,71	112,89 juta	97,04	116,67 juta	97,02
PDB Konstan Th.2000 (Rp. Miliar)	1.655.430,0	57,75	5.171.063,6	57,17	5.425.414,7	57,08
PDB Harga Berlaku (Rp. Miliar)	6.228.285,0	61,41	7.009.283,0	59,84	7.704.635,9	60,00
Ekspor Non Migas (Rp. Miliar)	185.975,0	15,73	255.126,1	14,38	298.208,7	14,17
Investasi Harga Berlaku (Rp. Miliar)	1.818.749,0	61,28	2.057.977,0	57,87	2.236.739,8	58,18
Produktivitas UMKM (Rp)						
*Per unit usaha	27,93 juta		83,88 juta		86,22 juta	
*Per tenaga kerja	13,43 juta		45,83 juta		46,50 juta	

(Sumber : Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia Tahun 2018)

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa perkembangan UMKM dari tahun 2015 hingga 2017 selalu bertambah tiap tahunnya dengan tingkat presentase mencapai 99,99 persen dari total unit usaha yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM dapat memberikan kontribusi yang besar bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan data Kementrian Koperasi dan UMKM tahun 2018 UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 97,02 persen dari jumlah tenaga kerja di Indonesia atau setara dengan 116,67 juta tenaga kerja dari seluruh Indonesia.

Salah satu UMKM yang sudah lama berkembang di Indonesia adalah UMKM kerajinan kreatif keramik Salah satu wilayah penghasil keramik yang berada di kota Malang adalah UMKM kerajinan kreatif keramik Dinoyo Soeharto.

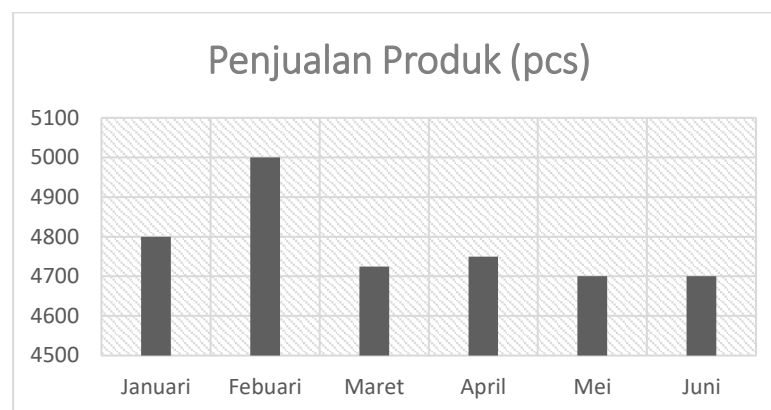


Gambar 1.1 *Outlet Keramik Dinoyo Soeharto*

Produk yang diproduksi oleh UMKM keramik Dinoyo Soeharto sudah di distribusikan ke berbagai daerah di pulau Jawa, Kalimantan dan juga pulau Bali. Jenis produk yang ditawarkan juga bermacam-macam mulai dari cangkir, mug, aromaterapi, vas hingga *souvenir*. Harga yang ditawarkan mulai dari Rp 6000,- hingga Rp 50.000,- tergantung dari ukuran, tingkat kesusahan dan juga lama proses pengerjaan.

Sistem pemasaran yang diterapkan oleh UMKM kerajinan keramik Dinoyo Soeharto sejauh ini masih menggunakan strategi pemasaran yang umum. Produk yang telah diproduksi akan dipasarkan di *outlet* pribadi yang berada tidak jauh dari lokasi produksi. Selain itu pihak UMKM Dinoyo Soeharto juga mendistribusikan produknya langsung pada konsumen yang berada di pulau Jawa, Kalimantan dan juga Bali. UMKM keramik Dinoyo Soeharto belum memiliki web pribadi untuk sistem pemasarannya. Pihak UMKM hanya mencantumkan alamat dan kontak yang dapat langsung di hubungi pada pencarian Google untuk pemesanan produk.

UMKM kerajinan keramik Dinoyo Soeharto memiliki lokasi yang berdekatan dengan UMKM keramik lainnya. Sehingga pesaing dengan produk serupa akan berlomba-lomba untuk merumuskan strategi pemasaran mereka agar tidak kalah dengan pesaing lainnya.



Gambar 1.2 Grafik Penjualan Keramik per 6 Bulan Tahun 2019

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa UMKM kerajinan kreatif keramik Dinoyo Soeharto mengalami penurunan penjualan. Bulan Januari penjualan keramik mencapai 4800 pcs, pada bulan Febuari penjualan melonjak menjadi 5000 pcs, melonjak nya penjualan pada bulan Febuari dikarenakan banyak pesanan souvenir untuk pernikahan. Namun, pada bulan Maret UMKM hanya mampu menjual sebanyak 4725 pcs. Menurut pemilik UMKM keramik Dinoyo Soeharto, penurunan penjualan dikarenakan adanya kendala dalam perumusan strategi pemasaran yang masih belum optimal. Salah satu faktor yang menyebabkan kurang optimalnya strategi pemasaran pada UMKM keramik Dinoyo Soeharto adalah promosi yang masih kurang dan tingkat daya saing yang masih rendah. Oleh sebab itu, diperlukan strategi yang tepat agar mampu bersaing dan dapat menghasilkan profit yang maksimal.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada pemasaran UMKM kerajinan kreatif keramik Dinoyo Soeharto sehingga mampu meningkatkan daya saing dan memaksimalkan profit yang dihasilkan. Metode yang digunakan untuk menghasilkan rumusan strategi adalah pendekatan *marketing mix 7P (place, product, promotion, price, people, phsyscal evidence, process)* yang digunakan

untuk kuesioner pada analisis SWOT dan pengambilan keputusan strategi akhir menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan diselesaikan dalam peneitian ini yaitu menganalisis serta merekomendasikan alternatif strategi pemasaran pada UMKM kerajinan kreatif keramik Dinoyo Soeharto.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini antara lain :

1. Menganalisis faktor yang mempengaruhi penyusunan strategi pemasaran kerajinan keramik Dinoyo Soeharto
2. Merekomendasikan alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk diimplementasikan oleh kerajinan keramik Dinoyo Soeharto

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari kegiatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi pihak kerajinan keramik Dinoyo Soeharto, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan untuk kegiatan pemasaran produk kerajinan kerajinan keramik Dinoyo Soeharto sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk dan menambah keuntungan perusahaan.
2. Bagi peneliti, hasil ini diharapkan dapat menambah wawasan pada bidang pemasaran sehingga dapat menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah.
3. Bagi masyarakat umum, penelitian ini akan memberikan gambaran mengenai hasil produk kerajinan keramik dan proses pemasarannya sehingga dapat menjadi referensi alternatif penyusunan strategi pemasaran bagi UMKM lainnya.

1.5 Batasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi dengan hanya mengkaji faktor yang berpengaruh dan unsur yang mempengaruhi penyusunan strategi pemasaran. Sedangkan untuk implementasinya diserahkan sepenuhnya kepada pihak Kerajinan Keramik Dinoyo Soeharto sebagai pengambil keputusan terakhir.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan memuat susunan beberapa bab pokok bahasan dalam penyusunan laporan tugas akhir secara ringkas dan sistematis. Sistematika penulisan laporan penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab pertama adalah pendahuluan yang berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab kedua adalah tinjauan pustaka yang memuat teori atau studi literature yang menjadi pendukung dalam penelitian ini.

BAB III Metode Penelitian

Bab ketiga adalah metode penelitian. Bab ini akan memuat jenis penelitian, variable penelitian, waktu dan tempat penelitian, jenis data, alat dan bahan penelitian, metode pengambilan sampel, pengolahan dan analisis data, metode yang digunakan serta *flowchart* penelitian tugas akhir.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab keempat adalah hasil dan pembahasan dari hasil pengolahan data.

BAB V Penutup

Bab kelima merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran hasil penelitian yang telah dilakukan.

Daftar Pustaka

Lampiran