

BAB I

PENDAHULUAN

Bab I merupakan pendahuluan dari penelitian yang membahas mengenai latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan negara yang berkembang. Seiring dengan berkembangnya sebuah negara, maka harus diikuti dengan perindustrian yang memiliki daya saing tinggi. Salah satu industri yang memiliki kontribusi besar di Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini terbukti pada saat krisis ekonomi di Indonesia, UMKM merupakan salah satu industri yang masih stabil prosesnya. UMKM merupakan usaha milik perorangan atau badan yang berdiri sendiri (Suci, 2017). Salah satu UMKM yang berada di Madura adalah UMKM batik. UMKM tersebut yaitu Rizquna batik, yang mana memproduksi batik tulis, batik jumputan dan batik ringkel.

Penjualan produk batik mengalami kenaikan dan penurunan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Data Rata-Rata Penjualan Produk Batik Tulis dan Batik Jumputan pada UMKM Rizquna Batik

No	Produk	Periode 1	Periode 2	Periode 3	Periode 4	Periode 5	Periode 6
1	Batik Tulis	15	18	14	17	16	14
2	Batik Jumputan	18	20	17	16	14	11

Sumber : Data Penjualan UMKM Rizquna Batik



Gambar 1.1 Diagram Rata-Rata Penjualan Produk Batik Tulis dan Batik Jomputan pada UMKM Rizquna Batik

Berdasarkan diagram 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan pada UMKM Rizquna batik mengalami kenaikan dan penurunan. Hal ini diduga terjadi karena daya saing yang semakin banyak dan karena pemilik usaha batik kurang mengetahui atribut yang disukai oleh konsumen. Oleh karena itu, untuk mengetahui atribut seperti apa yang disukai oleh konsumen maka digunakan analisis konjoin. Selanjutnya untuk mengetahui strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh pemilik usaha batik maka digunakan analisis SWOT.

Analisis konjoin merupakan teknik yang digunakan untuk memahami bagaimana keinginan konsumen terhadap suatu produk atau jasa dengan mengukur nilai kepentingan dan nilai kegunaan dengan berbagai atribut dari suatu produk (Susetyo, 2016). Dengan analisis konjoin dapat mengetahui atribut apa saja yang disukai oleh konsumen. Setelah mengetahui atribut yang berpengaruh terhadap produk batik selanjutnya untuk mengetahui strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh pemilik usaha batik adalah dengan menggunakan analisis SWOT.

Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Analisis kekuatan (*strengths*) dan analisis kelemahan (*weaknesses*) termasuk analisis internal. Sedangkan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) termasuk analisis eksternal (Cahyono, 2016).

Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian untuk mengetahui atribut yang berpengaruh pada batik dan memperbaiki strategi pemasaran sehingga mampu meningkatkan profit penjualan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran UMKM Rizquna Batik dengan Menggunakan Analisis Konjoin dan SWOT”

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang diangkat pada penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang tepat digunakan oleh UMKM Rizquna Batik untuk dapat meningkatkan profit penjualan dan meningkatkan daya saing.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat digunakan oleh UMKM Rizquna Batik guna meningkatkan profit penjualan dan meningkatkan daya saing.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan ke kondisi lapangan sebenarnya.
2. Bagi UMKM Rizquna Batik dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi pemasaran guna meningkatkan profit dan daya saing.
3. Bagi masyarakat dapat dijadikan gambaran atau acuan dalam memulai usaha.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada tahap simulasi tanpa melakukan implementasi dari hasil penelitian.
2. Proses produksi berjalan lancar, tidak ada kendala dalam proses produksi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada laporan penelitian adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka membahas mengenai teori yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu strategi pemasaran UMKM Rizquna batik dengan menggunakan analisis conjoin dan SWOT. Teori-teori yang ada akan dijadikan sebagai alat bantu atau acuan dalam melakukan langkah-langkah penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian menjelaskan mengenai langkah-langkah penelitian, seperti lokasi penelitian, waktu penelitian, metode penelitian, metode pengambilan data, dan materi yang dipaparkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan merupakan hasil yang diperoleh dalam melakukan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

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

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN