

BAB I

PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan berisi tentang latar belakang , rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika laporan.

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya waktu perkembangan dunia industri semakin meningkat yang menyebabkan persaingan pasar semakin tinggi. Dampaknya adalah pengusaha dituntut semakin kreatif dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Strategi pemasaran yang tepat dan sesuai sasaran dapat meningkatkan kuantitas penjualan, karena dengan adanya strategi yang baik akan berpengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha dalam mencapai tujuan (Mahardika, Kuswardhani, & Wardhana, 2022).

UMKM merupakan salah satu kekuatan usaha masyarakat yang memiliki jumlah yang cukup besar di Indonesia. Jumlahnya hampir 99 persen dari keseluruhan jenis usaha. UMKM berperan penting dalam mendorong perekonomian di Indonesia. Perannya dalam penyerapan tenaga kerja di Indonesia mencapai 96,5 persen dari total keseluruhan tenaga kerja yang terserap secara nasional. Secara umum UMKM memiliki kekayaan bersih maksimal sebesar 50 juta

UKM Batik Pitutur merupakan salah satu UMKM yang berada Di Desa Cerme Lor RT 01/RW 07, Kecamatan Cerme, Kabupaten Gresik. UKM Batik Pitutur bergerak pada bidang seni dan *fashion* yang memproduksi kain batik dan pakaian yang menggunakan bahan baku kain batik. Ciri khas dari UKM Batik Pitutur adalah motif batik yang dihasilkan adalah motif yang dibuat yaitu tentang keragaman budaya Gresik. Sistem produksi pada UKM Batik Pitutur menggunakan sistem *make to order* dan *make to stock*. *Make to order* merupakan proses produksi dilakukan setelah mendapatkan pesanan sedangkan *make to stock* merupakan proses produksi dengan memproduksi suatu produk untuk disimpan sebagai persediaan produk jadi. Konsumen dari Batik Pitutur Cerme mulai dari perorangan hingga instansi pendidikan dan pemerintah. Salah satunya adalah baju Dinas Pemerintah Kabupaten Gresik. Teknik pembuatan batik yang dilakukan Di UKM

Batik Pitutur adalah dengan cara tulis, cap dan *printing*. UKM Batik Pitutur merupakan usaha yang sudah lama beroperasi. Namun pemasaran yang dilakukan oleh UKM Batik Pitutur tidak menggunakan strategi khusus dalam memasarkan produknya. Dalam penerapan strategi pemasaran dinilai masih belum optimal karena masih belum mencapai target penjualan. Dari hasil wawancara yang sudah dilakukan dengan bagian pemasaran target penjualan setiap bulannya yaitu sekitar 200 an produk.

Tabel 1.1 Penjualan produk periode September 2022- Februari 2023

No	Periode	Jumlah
1	Sep-22	159
2	Okt-2022	148
3	Nov-22	152
4	Des 2022	183
5	Jan-23	157
6	Feb-23	144

Tabel 1.1 merupakan data penjualan UKM Batik Pitutur selama enam bulan terakhir yang menunjukkan bahwa penjualan produk tidak mencapai target yang diinginkan. Perlunya pengembangan dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat seiring dengan berkembangnya pasar dan kemajuan teknologi. Pelaku usaha dituntut untuk merencanakan dan menentukan strategi pemasaran yang optimal. Evaluasi strategi pemasaran adalah bagian terpenting dalam mewujudkan untuk memajukan usahanya. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran harus dipertimbangkan agar dapat memperoleh strategi pemasaran yang lebih efisien.

Masalah yang dihadapi oleh UKM Batik Pitutur menjadi tanggung jawab dari bagian pemasaran. Dalam penentuan strategi pemasaran perlu memperhatikan keterkaitan dari faktor-faktor yang saling mempengaruhi. Sehingga masalah dalam pengambilan keputusan strategi semakin kompleks. Untuk mengatasinya membutuhkan integrasi metode yaitu metode *ANP (Analytic Network Process)* dan metode *TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution)*. Metode *ANP* berguna untuk menentukan strategi yang optimal dengan melihat bobot alternatif yang paling besar. Kelebihan dari metode *ANP* adalah mampu memodelkan hubungan yang lebih kompleks antara level kriteria dan keputusan. Sedangkan metode *TOPSIS* dalam penelitian ini digunakan untuk menghitung nilai

preferensi kriteria yang mempengaruhi dari alternatif strategi terpilih dengan mempertimbangkan antara jarak solusi ideal positif dan solusi ideal negatif. Dari hasil perhitungan tersebut akan diperoleh peringkat kriteria yang paling mempengaruhi dari alternatif strategi terpilih.

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan terdapat permasalahan dalam pemilihan strategi pemasaran UKM Batik Pitutur . Pentingnya pemilihan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan. Oleh karena itu pemilihan strategi yang optimal dalam penelitian ini menggunakan metode ANP dan *TOPSIS*. Untuk membantu UKM Batik Pitutur dalam memilih strategi yang optimal maka diadakan penelitian dengan judul “Pemilihan Strategi Pemasaran Yang Optimal Produk Batik Menggunakan Metode ANP dan *TOPSIS*” (Studi Kasus: UKM Batik Pitutur)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, penelitian ini memiliki beberapa rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Kriteria apa saja yang mempengaruhi strategi pemasaran produk batik UKM Batik Pitutur?
2. Bagaimana alternatif strategi yang optimal untuk diterapkan pada UKM Batik Pitutur ?
3. Kriteria apa yang harus diutamakan dalam penerapan alternatif strategi yang terpilih?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, tujuan penelitian ini terdapat sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kriteria yang berpengaruh pada produk batik di UKM Batik Pitutur.
2. Menentukan alternatif strategi terbaik dalam penjualan produk batik di UKM Batik Pitutur.

3. Mengidentifikasi kriteria yang harus diutamakan dalam penerapan alternatif strategi yang terpilih.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu UKM Batik Pitutur untuk mengetahui informasi tentang kriteria yang berpengaruh pada produk batik serta dapat memberikan rekomendasi alternatif strategi yang optimal dalam penjualan produk batik.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini terdapat batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan sampel *judgement* dengan tiga responden yaitu Diskoperindag Kabupaten Gresik Bidang UMKM, Pemilik usaha, dan bagian pemasaran.

1.6 Sistematika Laporan

Tahapan sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu menjelaskan hal yang berkaitan dengan pendahuluan dari penelitian seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika laporan pada penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua tinjauan pustaka menjelaskan tentang teori dan metode yang mendukung dalam proses pengerjaan penelitian sampai dengan hasil penelitian skripsi selesai.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga menjelaskan hal yang berkaitan dengan jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, tahap pengolahan data, dan metode penyelesaian.

BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat menjelaskan tentang pengambilan data, pengolahan data, dan analisa hasil dari pengolahan data yang dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari hasil dari penelitian yang berisi tentang saran rekomendasi kepada pihak UMKM untuk memperbaiki permasalahan yang terjadi dan berguna untuk peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi yang digunakan dalam penelitian.

LAMPIRAN

Berisi tentang rekapan data, *output* software, dokumentasi.