

BAB I

PENDAHULUAN

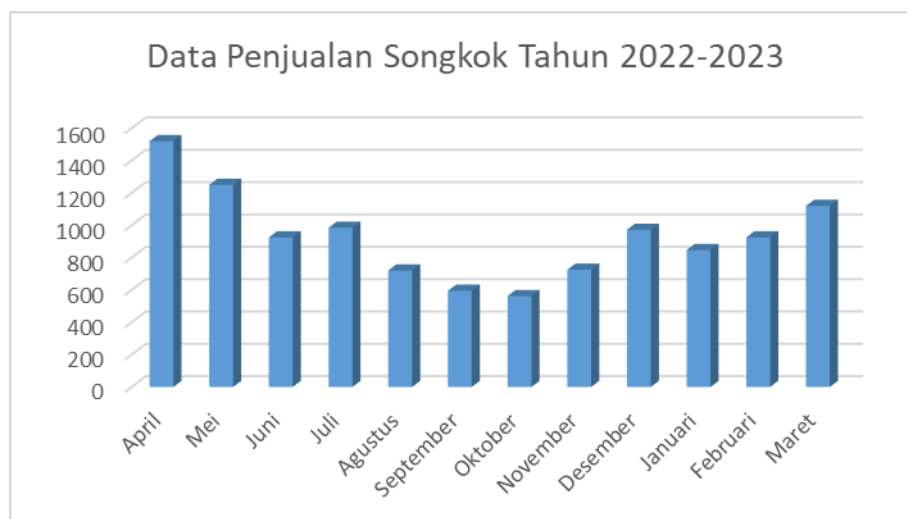
Bab satu pendahuluan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan asumsi penelitian

1.1 Latar Belakang

Salah satu faktor pemegang peran penting untuk menstabilkan perekonomian di Indonesia adalah perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Menurut Suryani (2018), UMKM adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan sebagian besar masyarakat Indonesia untuk memperoleh penghasilan guna bertahan hidup. Berdasarkan peraturan UU No. 20 tahun 2008, jenis UMKM terbagi menjadi usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Pada saat ini UMKM gencar di jalankan di berbagai daerah di Indonesia. Salah satu daerah yang menjalankan usaha tersebut adalah daerah Gresik, di sana banyak terdapat UMKM yang didirikan dan menjalankan usaha-usaha tertentu salah satunya usaha songkok. Peranan UMKM yang fleksibelitas mampu menyerap tenaga kerja dengan cepat tanpa memandang tinggi rendahnya pendidikan pada tenaga kerjanya, sehingga UMKM berperan untuk menanggulangi tingkat pengangguran.

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh UMKM khususnya industri songkok yaitu persaingan pasar dalam memasarkan produknya, karena pada saat ini banyak usaha yang menjalankan usahanya pada bidang songkok di daerah Gresik, khususnya daerah Bungah. Salah satu UMKM yang menjalankan usaha tersebut yaitu UMKM HNF-57. UMKM HNF-57 merupakan UMKM yang bergerak pada bidang manufaktur dengan memproduksi beberapa jenis songkok. Jenis-jenis songkok yang produksi UMKM HNF-57 yaitu songkok full AC, songkok polos AC, songkok susun, songkok biasa dan songkok sogab biasa. UMKM HNF-57 dalam produksinya berlokasi di Jl. PP. Al Islah No.35, Bungah, Kec. Bungah, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Produk yang diproduksi oleh UMKM HNF-57 sudah di distribusikan ke berbagai daerah di Jawa Timur dan Jogja. Harga yang ditawarkan dalam pembuatan songkok di mulai dari Rp.600.000 hingga Rp.800.000 per kodinya atau Rp. 40.000 hingga Rp. 50.000 per biji nya, tergantung jenis songkok dan tingkat kesulitan dalam pekerjaan.

Produsen songkok di daerah Gresik saat ini, sudah berkembang pesat, dikarenakan banyaknya produsen songkok yang bermunculan. Seiring berkembangnya produsen songkok yang bermunculan, mengakibatkan daya saing yang tinggi antara produsen songkok. UMKM HNF-57 dalam upaya menghadapi persaingan pasar, harus memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, seperti dapat berinovasi dalam pemasarannya. Strategi dalam pemasaran produk songkok sangat penting untuk dilakukan, karena mempunyai kontribusi dalam peningkatan omset penjualan dan tercapainya target penjualan.



Gambar 1. 1 Data penjualan songkok HNF-57 pada tahun 2022-2023

Gambar 1.1 menunjukkan penjualan songkok pada bulan April tahun 2022 sampai Maret tahun 2023. Penjualan UMKM HNF-57 dalam pemasarannya mengalami perubahan di setiap bulannya dan tidak tercapainya target yang diinginkan. Berdasarkan observasi dan wawancara dengan pemiliknya, target yang di harapkan seharusnya bisa mencapai 120 kodi atau 2400 produk per bulan dalam penjualannya, karena dalam penjualan yang dilakukan oleh produk pesaing dengan jenis produk dan harga yang hampir sama, memiliki total penjualan songkok mencapai 2400 biji per bulannya.

UMKM HNF-57 dalam memproduksi songkok terdapat beberapa pesaing, diantaranya UMKM Putra Daerah dan UMKM Cahaya Muda. UMKM HNF-57 dan UMKM Pesaing dalam produksinya terdapat jenis songkok yang sama, seperti songkok full AC, songkok polos AC, songkok susun, songkok biasa dan songkok

soga biasa. Songkok merek HNF-57, Putra Daerah dan Cahaya Muda memiliki harga yang berbeda-beda, tergantung membelinya dengan harga biji an atau harga kodian. Harga kodian yang terdapat pada songkok merek HNF-57 dengan jenis songkok susun, memiliki harga sebesar Rp. 800.000, sedangkan harga biji an nya sebesar Rp. 50,000. Berbeda dengan songkok merek Putra Daerah, harga kodian nya memiliki harga sebesar Rp. 750.000, sedangkan harga biji an nya sebesar Rp. 50,000. Berbeda juga dengan songkok merek cahaya muda, harga kodian nya memiliki harga sebesar Rp. 700.000, sedangkan harga biji an nya sebesar Rp. 45,000.

UMKM HNF-57 dalam memproduksi songkok memiliki jenis songkok yang sama seperti songkok pesaing, tetapi dalam penjualannya memiliki hasil penjualan yang berbeda di banding songkok merek Putra Daerah dan merek Cahaya Muda. Penjualan songkok Putra Daerah pada bulan Maret tahun 2023 memiliki total penjualan sebesar 2440 produk per bulan, sedangkan songkok Cahaya Muda memiliki total penjualan sebesar 2280 produk perbulan, berbeda jauh dengan total penjualan songkok HNF-57 yang memiliki total penjualan sebesar 1120 produk perbulan. Permasalahan persaingan pasar dan kegiatan pemasaran yang terjadi pada UMKM HNF-57 belum mampu di lakukan dengan baik, sehingga penjualan produk songkok masih rendah, sehingga perlu strategi dalam melakukan pemasaran produk, agar dapat mengatasi permasalahan yang terjadi dan bisa memaksimalkan omset penjualan.

Berdasarkan permasalahan terkait persaingan pasar, maka untuk mengatasinya dengan cara mengidentifikasi beberapa faktor seperti kualitas produk, harga, pelayanan, promosi, kemasan, lokasi dan motif. Apabila faktor sudah ditetapkan, kemudian data di olah dengan penerapan metode *game theory*. Menurut Suhartini, dkk. (2018), *game theory* merupakan suatu metode matematis yang di gunakan untuk merumuskan situasi persaingan dan konflik antra berbagai kepentingan. Teori ini di kembangkan untuk menganalisa proses pengambilan keputusan dari situasi-situasi persaingan yang berbeda-beda dan melibatkan dua atau lebih kepentingan. Alasan dilakukan penelitian ini dengan pengaplikasian *game theory* yaitu dapat membantu perusahaan memprediksi bagaimana reaksi para pesaingnya

terhadap berbagai tindakan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan omset penjualan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang terdapat pada penelitian yang berdasarkan latar belakang adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi penjualan songkok UMKM HNF-57?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan daya saing pemasaran produk songkok dengan penerapan metode *game theory*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor yang mempengaruhi penjualan songkok pada UMKM HNF-57.
2. Mengetahui strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan daya saing pemasaran produk songkok dengan penerapan metode *game theory*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang terdapat pada penelitian ini terdapat manfaat teoritis dan praktis, diantaranya sebagai berikut:

1.4.1 Teoritis

Manfaat teoritis yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan metode *game theory* untuk menentukan strategi pemasaran pada produk songkok agar dapat meningkatkan omset penjualan dan daya saing produk.

1.4.2 Praktis

Manfaat praktis yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu perusahaan memahami pasar dengan baik dengan cara mempelajari perilaku pesaing dan konsumen, agar dapat mengembangkan

strategi pemasaran yang lebih baik dan memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih efektif.

1.5 Asumsi Penelitian

Asumsi yang terdapat pada penelitian ini yaitu tidak ada perubahan yang terjadi dalam produksi atau sistem saat pengumpulan data.

1.6 Batasan Masalah

Batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek dari penelitian ini adalah pada UMKM yang memproduksi songkok.
2. Penelitian ini hanya berfokus seputar strategi pemasaran dengan menggunakan metode *game theory*.

1.7 Sistematika penulisan

Sistematika penulisan yang terdapat pada laporan akhir ini mencakup beberapa pembahasan bab dengan cara ringkas dan sistematis. Sistematika penulisan laporan akhir ini di antaranya sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Penelitian dimulai dari bab pertama, bab pertama dalam penulisan laporan penelitian yaitu mencakup beberapa sub bab, seperti pendahuluan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan batasan penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka

Sesudah penelitian pada bab pertama, dilanjut pada bab ke dua, bab kedua dalam penulisan laporan penelitian yaitu mencakup beberapa sub bab, seperti teori atau studi literature yang digunakan untuk mendukung penguatan laporan pada bab empat.

BAB III Metode Penelitian

Sesudah penelitian pada bab kedua, dilanjut pada bab ketiga, bab ketiga dalam penulisan laporan penelitian yaitu mencakup beberapa sub bab, seperti waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian, identifikasi faktor, sumber dan data, pengambilan data, pengolahan data dan *flowchart* penelitian.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Sesudah penelitian pada bab ketiga, dilanjut pada bab keempat, bab keempat dalam penulisan laporan penelitian yaitu mencakup beberapa sub bab, seperti hasil dan pembahasan dalam mengelola data.

BAB V Penutup

Sesudah penelitian pada bab keempat, dilanjut pada bab kelima, bab kelima dalam penulisan laporan penelitian yaitu mencakup beberapa sub bab, seperti kesimpulan dan saran.

Daftar Pustaka

Sesudah penelitian pada bab kesatu sampai ke lima, dilanjut dengan pengerjaan daftar pustaka, daftar pustaka dalam penulisan laporan penelitian yaitu mencakup referensi dalam pengerjaan tinjauan pustaka.

Lampiran

Lampiran dalam penulisan laporan yaitu suatu lembaran untuk menampilkan beberapa dokumentasi pada suatu penelitian