

BAB 1

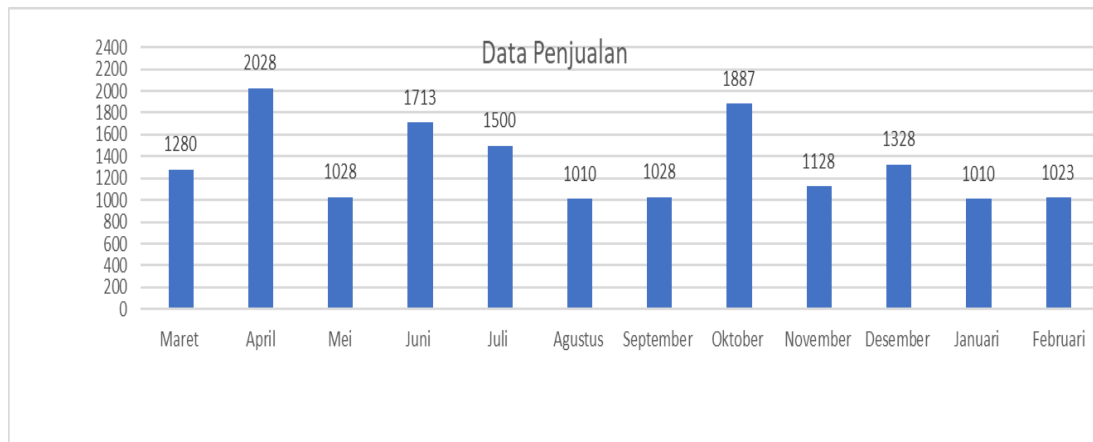
PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian yang dilakukan, manfaat penelitian, batasan masalah, asumsi penelitian dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia industri yang terus meningkat menyebabkan persaingan pasar yang cukup tinggi. Maka, pelaku usaha harus kreatif dalam memasarkan produknya. Strategi pemasaran yang baik dapat meningkatkan penjualan sehingga dapat mempengaruhi keberhasilan pelaku usaha. UMKM merupakan jenis usaha yang memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Berkembangnya UMKM dapat membuka lapangan pekerjaan dan pendapatan masyarakat. UMKM memiliki beberapa peran penting diantaranya sebagai pemeran kegiatan perekonomian, membuka lapangan pekerjaan, pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru serta inovasi baru, berkontribusi terhadap neraca pembayaran (Farisi, 2022).

UD Dua Pustaka merupakan salah satu UMKM yang sedang berkembang dan bergerak pada bidang fashion dengan memproduksi songkok yang berlokasi di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik. Songkok menjadi sumber ekonomi sebagian besar masyarakat Gresik. Menyadari adanya potensi besar terhadap sektor industri songkok di Kabupaten Gresik menyebabkan persaingan pasar yang cukup tinggi (Khamid, 2021). Berdasarkan Hasil observasi dan wawancara dengan pemilik UD. Dua Pustaka menyatakan penjualan songkok masih fluktuatif. Adapun target penjualan produk songkok UD Dua Pustaka sebesar 120 kodi atau 2400 pcs, namun pada bulan tertentu belum bisa memenuhi target penjualan yang diinginkan.



Gambar 1.1 Data Penjualan Songkok UD Dua Pustaka pada Bulan Maret tahun 2023 sampai Februari tahun 2024

Bulan Maret 2023 UD Dua Pustaka menjual produk songkok sebesar 1280 pcs, UD Ikbal VIP menjual produk songkok sebesar 2440 pcs, dan penjualan tertinggi oleh UD Arief Jaya sebesar 2600 pcs. Namun, pada bulan April UD Dua Pustaka mampu menjual 2028 Pcs karena adanya pesanan sekolah dan pesantren di Kecamatan Bungah. Berdasarkan data tersebut strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD Dua Pustaka dinyatakan belum maksimal karena belum memenuhi target berdasarkan histori data penjualan songkok bulan Maret tahun 2023 samapi Februasi tahun 2024, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang bisa membantu meningkatkan omset, memenuhi target yang diinginkan oleh UD. Dua Pustaka dan mampu bersaing dengan UMKM sejenis khususnya di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik.

Banyaknya pesaing dalam memperoleh target pasar menjadikan persaingan semakin ketat, hal ini membuat UD Dua Pustaka harus berinovasi mengenai strategi pemasaran yang diambil dengan menemukan peluang untuk mendapatkan pasar yang ada. Strategi pemasaran UD Dua Pustaka dinyatakan belum optimal karena dipengaruhi beberapa faktor pada pemasaran yang dilakukan dan pesaing sejenis di wilayah Bungah Gresik. Pesaing UD Dua Pustaka yang memproduksi songkok yakni UD Ikbal VIP dan UD Arief Jaya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor – faktor yang menjadi keputusan konsumen dalam membeli produk songkok yang kemudian dijadikan sebagai strategi dalam pemasaran dan menentukan strategi yang optimal dalam melakukan penjualan

produk songkok. Adapun strategi pemasaran yang akan diidentifikasi yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi lokasi, dan strategi pelayanan dari masing – masing UMKM. Strategi - strategi yang diidentifikasi diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik usaha songkok UD Dua Pustaka, UD Ikbal VIP, dan UD Arief Jaya. Data strategi pemasaran yang diidentifikasi akan diolah menggunakan metode *Game Theory*. *Game Theory* merupakan pendekatan matematis yang digunakan pada situasi persaingan yang berhadapan dengan pesaing serta untuk menyusun strategi persaingan pada suatu kepentingan. Teori ini dikembangkan untuk menganalisa proses pengambilan keputusan mengenai strategi optimum dari situasi persaingan yang ada (Sirait, 2021).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian strategi pemasaran songkok menggunakan metode *Game Theory* dirincikan sebagai berikut.

1. Strategi apa saja yang mempengaruhi penjualan produk songkok pada UD Dua Pustaka?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang optimal untuk meningkatkan penjualan produk songkok yang dapat bersaing menggunakan metode *Game Theory* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian strategi pemasaran songkok menggunakan metode *Game Theory* dirincikan sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi strategi yang berpengaruh pada penjualan produk songkok di UD Dua Pustaka.
2. Mengetahui strategi pemasaran yang optimal untuk meningkatkan penjualan produk songkok di UD Dua Pustaka.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian strategi pemasaran songkok yakni dapat membantu UMKM UD Dua Pustaka dalam menentukan strategi pemasaran yang optimal sehingga dapat

membantu dalam memenuhi target yang diinginkan dan mampu bersaing dengan UMKM yang memproduksi songkok sejenis yakni UD Ikbal VIP dan UD Arief Jaya.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah pada strategi pemasaran UD Dua Pustaka dirincikan sebagai berikut.

1. Data histori penjualan yang digunakan mulai bulan Maret 2023 sampai Februari 2024.
2. Objek penelitian adalah UMKM yang memproduksi songkok di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik yakni UD Dua Pustaka, UD Ikbal VIP serta UD Arief Jaya.
3. Jenis Songkok yang digunakan dalam pengolahan data hanya songkok AC Polos.
4. Penelitian ini dilakukan hingga tahap perancangan usulan perbaikan, tidak dilakukan sampai implementasi perbaikan.

1.6 Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian ini tidak ada perubahan sistem produksi selama penelitian berlangsung.

1.7 Sistematika Laporan

Sistematika laporan penelitian perancangan strategi pemasaran produk songkok untuk meningkatkan penjualan menggunakan metode *Game Theory* dirincikan sebagai berikut.

Bab 1 Pendahuluan

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

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab dua tinjauan pustaka menjelaskan mengenai konsep, teori, metode yang digunakan sebagai pedoman penelitian yang dilakukan. Teori, konsep, dan metode

menggunakan sumber literatur seperti buku dan jurnal. Tinjauan Pustaka yang digunakan pada penelitian ini mengenai strategi pemasaran dan metode *Game Theory*.

Bab III Metode Penelitian

Bab tiga metode penelitian menjelaskan mengenai waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, jenis data, faktor penelitian, teknik penelitian yang meliputi identifikasi masalah, teknik pengumpulan data, penentuan jumlah sampel, dan teknik pengolahan data, serta *flowchart* penelitian.

Bab IV Pengolahan Data dan Pembahasan

Bab empat pengolahan data dan pembahasan berisi hasil penelitian, pembahasan, hingga hasil penelitian.

Bab V Penutup

Bab lima penutup berisi tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan.

Lampiran

Lampiran berisi kuesioner penelitian dan dokumentasi.