

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sampang adalah salah satu Kabupaten yang terletak di pulau Madura yang memiliki cukup banyak industri kecil/industri rumah tangga. Pada tahun 2016 total industri rumah tangga sebanyak 2500 industri. Industri tersebut meliputi industri makanan dan minuman, batik, plastik, pemindangan ikan, pembekuan cumi-cumi, mebel, batu bata dan yang lainnya. Salah satu produk yang dihasilkan di Kabupaten Sampang yaitu petis (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sampang, 2016)

Petis merupakan salah satu bumbu masak yang cukup populer di Madura dan Jawa Timur. Perusahaan petis CV. MDP (Hj Diya Food) merupakan perusahaan petis di Kabupaten Sampang. Sebelumnya perusahaan ini berbentuk UD (usaha dagang). Pada tahun 2008 perusahaan ini mengalami kebangkrutan. Setelah kebangkrutan selanjutnya diregenerasikan kepada putranya yaitu Bapak Daiman. Dalam mengakses permodalan di Bank Bapak Daiman merubah perusahaan menjadi CV. Selain itu Beliau juga menambah satu pabrik. Pabrik yang pertama khusus pengemasan dan pabrik yang kedua khusus produksi. Jumlah tenaga kerja/karyawan dalam produksi ada 7 orang, karyawan dalam pengemasan ada 13 orang, karyawan penjaga toko ada 4 orang, pengangkut barang ada 2 orang dan penanggung jawab secara langsung 2 orang serta secara tidak langsung 2 orang, jadi keseluruhan jumlah karyawan saat ini ada 30 orang serta meningkatkan kualitas dan cita rasa pada produk petis yang dihasilkan.

Sepuluh tahun berdiri perusahaan ini mulai mengalami kemajuan. Hal ini dibuktikan dengan menambah variasi petis yang beraneka ragam rasa misalnya petis asin, manis asin, dan pedas. Selain itu produk ini memiliki variasi harga yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Harga yang ditawarkan berkisar Rp 2.500 hingga Rp 40.000. Walaupun demikian pemilik CV MDP (Hj Diya Food) berpendapat masih ada permasalahan yang ada diperusahaannya yaitu pendistribusian, kerusakan produk, rendahnya SDM, dan kemasan produk sederhana. Hal tersebut mendorong pemilik perusahaan untuk mengembangkan kemasan petis agar lebih menarik konsumen. Pengemasan

yang baik merupakan salah satu cara dalam meningkatkan omset pemasaran. Salah satu yang harus diperhatikan dalam kemasan yaitu desain label. Menurut Mukhtar dan M. Nurif (2015), label berfungsi untuk menjelaskan beberapa hal tentang produk misal siapa yang membuat produk, dimana produk dibuat, isi produk, bagaimana produk tersebut digunakan, dan bagaimana menggunakan produk secara aman. Desain label akan memberikan daya tarik secara visual bagi calon konsumen. Desain kemasan dapat juga menjadi media komunikasi antara produsen dan calon konsumen. Oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan CV MDP (Hj Diya Food) untuk merumuskan strategi pemasaran guna membantu dalam pengembangan usaha mikro sehingga peneliti tertarik untuk meneliti Bentuk Komunikasi dan Strategi Pemasaran Petis pada CV MDP (Hj Diya Food) di Kabupaten Sampang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk komunikasi pemasaran yang digunakan perusahaan petis di CV. MDP (Hj Diya Food)?
2. Bagaimana strategi pemasaran perusahaan petis di CV. MDP (Hj Diya Food)?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk komunikasi pemasaran yang digunakan perusahaan petis di CV. MDP (Hj Diya Food)
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dapat mendukung kegiatan pemasaran perusahaan petis di CV. MDP (Hj Diya Food)

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam bidang studi yang terkait, juga sebagai wahana untuk mengembangkan pengetahuan yang diperoleh selama proses perkuliahan
2. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan referensi dalam penyusunan penelitian selanjutnya
3. Pelaku industri/pengusaha, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pembanding bagi penelitian selanjutnya.