

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keragaman, mulai dari suku, agama, bahasa, adat serta budayanya. Berbagai keragaman tersebut dapat menjadi potensi bagi Indonesia apabila dikembangkan. Salah satu sektor yang dapat dikembangkan yaitu keragaman kulinernya. Kuliner tradisional menjadi salah satu hasil budaya yang memiliki nilai-nilai sejarah maupun filosofis. Kreativitas masyarakat dalam mengolah bahan pangan dan nilai budaya dalam pembuatannya menjadikan kuliner semakin autentik (Nitisuari & Wardono, 2013).

Kuliner tradisional Indonesia memiliki tampilan, aroma dan cita rasa yang sangat digemari oleh masyarakat setempat. Berlimpahnya rempah-rempah yang ada di Indonesia membuat kuliner tradisional terasa semakin nikmat. Kuliner Tradisional di Indonesia sangat beragam, keberagaman ini dipengaruhi oleh bahan baku yang ada di tiap-tiap daerah dan teknik memasak. Setiap daerah memiliki ciri khasnya masing-masing yang menjadi identitas dari suatu kelompok masyarakat (Triwidayati, 2020).

Popularitas kuliner tradisional Indonesia mulai diakui oleh dunia, dibuktikan dengan masuknya beberapa kuliner Indonesia seperti sate, nasi goreng, dan rendang dalam daftar *World's 50 Best Foods* versi CNN pada tahun 2011 (Dr. Syamsul Rahman, 2021). Hal tersebut mendorong bahwa di era saat ini, masyarakat mampu untuk mengkreasikan makanan yang nikmat, tanpa harus meniadakan cita rasa khas masakan Indonesia.

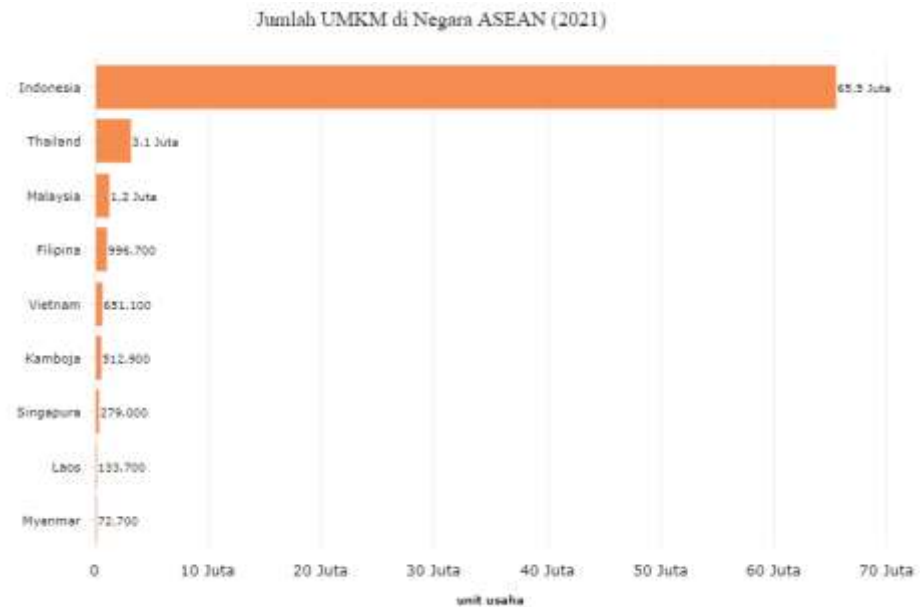
Menurut Rahmawaty & Maharani (2018) Kuliner tradisional di Indonesia terbagi dalam dua kategori yaitu makanan berat dan makanan ringan. Kategori makanan berat yaitu jenis makanan seperti nasi beserta lauk pauknya. Kuliner ini sering ditemui pada rumah makan yang menyediakan makanan khas daerah. Sedangkan kategori makanan ringan yaitu seperti jajanan pasar atau camilan seperti kue kering, kue basah, es serut, dan sebagainya.

Kabupaten Bangkalan merupakan salah satu kabupaten yang terletak di pulau Madura yang memiliki ragam potensi kuliner tradisional yang mampu menggugah selera. Kehidupan masyarakat yang erat dengan laut, menjadikan kulinernya cenderung terdiri dari ikan dan hasil laut lainnya. Salah satu kuliner tradisional yang menjadi kuliner khas Kabupaten Bangkalan yaitu Nasi Serpang. Nasi Serpang merupakan sajian kuliner yang didalamnya terdapat nasi dengan lauk sambal goreng kerang, dendeng sapi, pepes tongkol, mi soun, tahu, telur, serundeng dan peyek.

Penamaan Nasi Serpang berasal dari nama suatu dusun yang berada di Desa Sabiyan Kecamatan Arosbaya, Kabupaten Bangkalan. Nasi Serpang dapat ditemui di pusat kota Bangkalan. Penjual Nasi Serpang berjualan dengan cara sederhana dengan cara membuka lapaknya di pinggir jalan dan menggunakan payung atau tenda. Penjual dari Nasi Serpang masih berupa UMKM sehingga belum memiliki kesadaran untuk menerapkan strategi komunikasi pemasaran. Seperti yang terdapat pada kawasan Pecinan Kabupaten Bangkalan yang belum memiliki nama merek sebagai identitas, padahal hal tersebut sangat penting untuk menciptakan keunggulan dengan pesaing.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki peranan penting dalam memajukan sektor ekonomi, karena membantu masyarakat dalam meningkatkan pendapatan. Industri kuliner tradisional umumnya dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Dalam menjalankan bisnis UMKM, tentunya terdapat persaingan antara pelaku usaha satu dengan yang lainnya. Persaingan ini harus disikapi sebaik mungkin yaitu dengan membuat perkembangan dan inovasi agar dapat bertahan dan bersaing dengan usaha lainnya yang serupa.

Menurut ASEAN Investment Report yang dirilis September 2022, Indonesia merupakan negara dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbanyak se-ASEAN. Terdapat 65,46 juta unit pada laporan.



Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Negara ASEAN

Sumber : *ASEAN Investment Report*

Banyaknya UMKM yang bermunculan saat ini membuat pelaku usaha harus merancang strategi dalam memasarkan produknya. Melihat persaingan dunia usaha yang semakin ketat, komunikasi pemasaran yang efektif dapat menjadi alat untuk menarik perhatian konsumen lebih luas. Sebuah UMKM, khususnya usaha kuliner tradisional dapat mengenalkan produk yang dimiliki kepada pasar yang lebih luas dengan memperlihatkan keunggulan produknya yang dapat ditawarkan. Dalam konteks ini, termasuk penggunaan media sosial, penggunaan *content creator* atau *influencer* lokal, serta keikutsertaan UMKM dalam kegiatan pameran kuliner.

Menurut (Kusniadji, 2016), komunikasi pemasaran merupakan bentuk komunikasi yang memiliki tujuan untuk menguatkan strategi pemasaran agar mencapai segmentasi yang lebih luas. Selain itu, kegiatan komunikasi pemasaran juga ditujukan untuk mengenalkan, menciptakan dan menjalin hubungan antar mitra usaha maupun konsumen.

Di Kabupaten Bangkalan terdapat dua usaha Nasi Serpang yang legendaris yaitu Nasi Serpang Bunda Linda dan Nasi Serpang Pojok Mbak Mia. Kedua usaha tersebut berfokus menjual kuliner Nasi Serpang dan telah mempertahankan bisnis turun temurun hingga generasi ketiga. Strategi

komunikasi pemasaran yang disusun oleh Nasi Serpang Bunda Linda dan Nasi Serpang Pojok Mbak Mia memiliki perbedaan dengan usaha Nasi Serpang lainnya. Hal inilah yang menurut peneliti harus digali lebih dalam melalui penelitian. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengkaji terkait “Strategi komunikasi pemasaran tradisional UMKM kuliner tradisional Nasi Serpang khas Kabupaten Bangkalan”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti merumuskan masalah yaitu bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Kuliner tradisional Nasi Serpang Khas Kabupaten Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah tertera diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Kuliner tradisional Nasi Serpang Khas Kabupaten Bangkalan

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi pembaca, penulis, maupun bagi pelaku usaha kuliner.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru bagi masyarakat, serta dapat dijadikan sebagai rujukan tambahan bagi peneliti selanjutnya mengenai komunikasi pemasaran, UMKM, dan kuliner tradisional Kabupaten Bangkalan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi beserta wawasan baru bagi masyarakat khususnya pelaku usaha pada

produk serupa tentang metode bisnis yaitu komunikasi pemasaran pada sektor bisnis UMKM kuliner tradisional.