

BAB I

PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan membahas mengenai latar belakang, tujuan, rumusan masalah, manfaat, batasan masalah dan sistematika penulisan sebagai berikut:

1.1 Latar Belakang

Persaingan perusahaan di era industri saat ini sangat ketat sehingga perusahaan perlu mempertahankan eksistensinya agar tidak kalah saing dengan perusahaan lainnya. Perusahaan perlu mempertimbangkan kemungkinan resiko yang terjadi pada perusahaan untuk menghindari adanya kerugian, untuk meminimalisir adanya kerugian perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran. Strategi pemasaran diharapkan menunjang keberhasilan dengan kegiatan perusahaan yang berpedoman kepada hasil produk yang ditawarkan ke konsumen. Tidak hanya perusahaan besar saja yang perlu melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan keuntungan penjualan yang optimal, tetapi juga Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) Jufriyanto (2021).

Perkembangan UMKM di Indonesia selalu berkembang dari tahun ke tahun meskipun UMKM selalu diidentikan dengan usaha dengan modal yang minimal dan sumber daya yang kurang maksimal. Salah satu UMKM yang sudah lama berkembang di Indonesia yaitu UMKM batik yang ada di Madura yaitu Batik Podhek yang berlokasi di Desa Rang Perang Daya, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur. Produk yang diproduksi yaitu batik dengan berbagai macam jenis yang berbeda diantaranya batik premium, batik non-premium dan batik reguler, sesuai dengan namanya harga dari masing-masing batik tentu berbeda, mulai dari ratusan ribu bahkan puluhan juta rupiah. Perbedaan batik premium, non-premium dan reguler terdapat pada proses pembuatan dan bahan baku yang digunakan, perbedaan pada proses pembuatan untuk batik non-premium dan reguler saat melakukan pewarnaan (pencelupan) posisi kain batik di lipat, sedangkan batik premium saat pewarnaan (pencelupan) posisi kain batik tidak dilipat. Bahan baku yang digunakan berbeda seperti pada jenis kain, lilin cair (malam) dan canting, biasanya canting yang digunakan pada batik premium

lebih kecil lubang cantingnya, lilin yang digunakan bahan premium dan kain yang digunakan kualitas nya lebih bagus.

UMKM Batik Podhek sistem pemasaran yang digunakan saat ini masih menggunakan strategi pemasaran yang umum yaitu produk yang diproduksi akan dipasarkan di toko pribadi yang berada di pasar dimana lokasi tokonya berdekatan dengan toko batik lainnya, sehingga pesaing dengan produk sejenis akan berlomba-lomba untuk merumuskan strategi pemasarannya agar tidak kalah dengan pesaing lainnya.

Penjualan UMKM Batik Podhek mengalami penurunan selama 12 bulan terakhir pada tahun 2022. Bulan Januari penjualan batik mencapai 117 pcs dengan produksi sebanyak 150 pcs, pada bulan Februari penjualan mulai menurun menjadi 102 pcs dengan produksi sebanyak 150 pcs, dan pada bulan Desember penjualan semakin menurun hanya terjual 51 pcs dengan produksi sebanyak 75 pcs, UMKM Batik Podhek memproduksi batik berdasarkan permintaan dan sisa batik pada setiap bulan akan digunakan atau dijual ditoko pribadi dikarenakan pemasaran batik hanya melalui toko, dan persediaan produk maksimal 300 pcs. Menurut pemilik UMKM Batik Podhek, penyebab penurunan penjualan dikarenakan adanya kendala perumusan strategi pemasaran yang belum optimal, banyaknya kompetitor, dan promosi kurang maksimal. Oleh sebab itu diperlukan strategi yang tepat agar dapat meningkatkan profit dan mampu bersaing.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada UMKM Batik Podhek sehingga dapat meningkatkan profit yang dihasilkan. Metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan diatas dengan menggunakan metode analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Metode SWOT dan AHP sangat tepat untuk memberikan strategi kedepannya untuk UMKM Batik Podhek. Menurut Harisudin (2019) metode SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategi yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi. Metode SWOT digunakan untuk menganalisa faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan

pada UMKM Batik Podhek baik dari faktor internal maupun faktor eksternal berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada UMKM Batik Podhek. Menurut Jufriyanto (2021) metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*) merupakan pendekatan pengambilan keputusan multi-kriteria yang memungkinkan sejumlah kriteria atau alternatif untuk diberi peringkat dan kepentingan relatif untuk dievaluasi. AHP (*Analytical Hierarchy Process*) digunakan untuk memprioritaskan alternatif strategi pemasaran yang paling tepat digunakan untuk UMKM Batik Podhek.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan diselesaikan sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal dan faktor eksternal pada UMKM Batik Podhek?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk diimplementasikan oleh UMKM Batik Podhek?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian skripsi sebagai berikut:

1. Menganalisis faktor internal dan faktor eksternal pada UMKM Batik Podhek.
2. Merekomendasikan alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk diimplementasikan oleh UMKM Batik Podhek.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan untuk kegiatan pemasaran produk batik sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk dan menambah keuntungan UMKM Batik Podhek.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi dengan hanya mengkaji faktor-faktor dalam strategi pemasaran pada batik *non-premium* dan memberikan usulan mengenai alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan UMKM Batik Podhek, sedangkan untuk implementasinya diserahkan sepenuhnya kepada pihak UMKM Batik Podhek.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan memuat susunan beberapa bab pokok bahasan dalam penyusunan laporan akhir secara ringkas dan sistematis. Sistematika penulisan laporan tugas akhir sebagai berikut:

BAB 1 Pendahuluan

Bab satu adalah pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB 2 Tinjauan Pustaka

Bab dua adalah tinjauan pustaka yang berisi teori-teori atau studi literatur yang menjadi pendukung dalam penelitian ini.

BAB 3 Metode Penelitian

Bab tiga adalah metode penelitian yang berisi jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, jenis data, alat penunjang penelitian, pengolahan dan analisis data, metode penyelesaian serta *flowchart* penelitian tugas akhir.

BAB 4 Hasil dan Pembahasan

Bab empat adalah hasil dan pembahasan yang berisi mengenai hasil pengolahan data.

BAB 5 Penutup

Bab lima adalah penutup yang berisi kesimpulan dan saran hasil penelitian yang telah dilakukan.

Daftar Pustaka

Lampiran