

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kue basah tradisional memiliki sejarah yang cukup panjang di berbagai negara di Asia. Di Indonesia, kue basah tradisional telah dikenal sejak jaman kerajaan, dan kemudian semakin populer pada masa kolonial Belanda. Kue-kue tradisional ini dibuat oleh ibu-ibu di rumah dengan bahan-bahan yang mudah didapat dan diolah dengan cara yang sederhana.

Kue basah tradisional juga menjadi bagian penting dari budaya masyarakat, sering dijadikan sebagai cemilan atau hidangan pada acara-acara keluarga atau perayaan. Beberapa jenis kue basah tradisional juga memiliki makna simbolis yang kuat, seperti kue lapis yang dijadikan sebagai simbol dari persatuan dan kerukunan dalam keluarga.

Selain itu, kue basah tradisional juga menjadi sumber penghasilan bagi banyak masyarakat, terutama bagi ibu-ibu yang membuat kue ini untuk dijual. Kue basah tradisional juga menjadi simbol kuliner yang kuat dari negara-negara di Asia, dan kerap dijadikan sebagai oleh-oleh atau cendera mata bagi wisatawan yang berkunjung. Salah satu usaha yang berkecimpung dibidang kue basah tradisional tersebut yaitu UMKM Titin Catering yang membuat aneka ragam kue basah tradisional. Kue basah tradisional adalah jenis kue yang dibuat dengan bahan-bahan dasar seperti tepung, gula, dan minyak. Kue ini memiliki tekstur yang lembut dan lembab, dan biasanya diolah dengan cara dibakar atau digoreng. Kue basah tradisional berasal dari berbagai negara di Asia, termasuk Indonesia, Malaysia, dan Singapura, dan memiliki beragam variasi rasa dan bentuk. Beberapa jenis kue basah tradisional yang populer di Indonesia antara lain kue putu, kue dadar, kue lapis dan kue cubit, dan lain-lain. Akan tetapi adanya persaingan usaha serta strategi pemasaran yang belum maksimal tentunya UMKM Titin Catering harus mempunyai strategi pemasaran yang dapat menarik para pelanggan.

Pemasaran memiliki posisi strategis dalam upaya membawa perusahaan kearah yang lebih baik dalam persaingan bisnis yang semakin sulit. Strategi pemasaran merupakan pegangan bagi perusahaan agar mempunyai keunggulan dalam persaingan pasar, sekaligus mencari kecocokan antara kemampuan internal perusahaan dalam menjual produk ke konsumen dengan peluang eksternal yang ada dipasar yaitu pembeli potensial yang menyukai produk

yang dijual tersebut. Strategi pemasaran umumnya diarahkan untuk meningkatkan kemungkinan atau frekuensi perilaku konsumen. Seperti peningkatan kunjungan pada toko tertentu atau keputusan pembelian produk tersebut. Menyadari akan pentingnya pemasaran dalam menentukan kesuksesan suatu usaha, Titin Catering merupakan sebuah usaha kecil menengah yang bergerak dibidang produksi berbagai macam kue basah tradisional, kue basah tradisional yang sering dibuat seperti bronis lapis pandan, bronis coklat, roti gulung pandan, roti gulung coklat, roti pelangi, sosis solo, risol mayo, dadar gulung, pie, kue sus, bolu marmer/bolu zebra, putu ayu semangka. Titin Catering ini terletak di Jl. Semangka Raya D10 No.16. Perumahan Bugul Permai, Kelurahan Bugul Kidul, Kecamatan Bugul Kidul, Kota Pasuruan. UMKM ini berdiri pada tahun 2008. Pemilik usaha Titin catering ini bernama Bu Titin. Harga kue basah tradisional di Titin Catering ini berkisar antara Rp 2.000/biji – Rp 3.000/biji tergantung dari kue basah apa dan dapat menerima pesanan berapa.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di UMKM Titin catering terdapat beberapa masalah. Permasalahan yang dihadapi adalah tingkat penjualan mengalami penurunan yang disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Salah satu yang mempengaruhi dari faktor internal yaitu SDM yang kurang profesional dalam menjalankan tugasnya untuk melakukan proses produksi, kemudian kurangnya tenaga kerja yang cukup untuk melakukan produksi sesuai dengan permintaan konsumen, dan juga promosi atau pemasaran dilakukan melalui komunikasi dari orang ke orang lain. Sedangkan faktor eksternal adalah banyaknya pesaing penjualan yang juga sama-sama menjual kue basah tersebut. Dengan adanya masalah tersebut, dan untuk menghadapi persaingan maka perlu dilakukan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk UMKM Titin Catering. Berikut ini adalah data penjualan di tempat Titin catering di bulan januari 2023.

Tabel 1.1 Data Produksi dan Permintaan kue basah tradisional Titin Catering Januari

2023

Minggu	Bulan Januari 2023																
	Senin		Selasa		Rabu		Kamis		Jum'at		Sabtu		Minggu				
1	Brownies lapis	166 Biji	Brownies lapis	165 Biji	Brownies lapis	158 Biji	Brownies lapis	79 Biji	Brownies lapis	58 Biji	Brownies lapis	106 Biji	Brownies lapis	112 Biji			
	Roti gulung	76 Biji	Brownies coklat	153 Biji	Sosis solo	74 Biji	Roti gulung	14 Biji	Roti gulung	23 Biji	Roti gulung	44 Biji	Roti gulung	53 Biji			
	Dadar gulung	27 Biji	Roti gulung	71 Biji			Sosis solo	88 Biji	Dadar gulung	29 Biji	Dadar gulung	30 Biji	Dadar gulung	31 Biji			
	Sosis solo	116 Biji	Sosis solo	104 Biji					Sosis solo	172 Biji	Sosis solo	95 Biji	Sosis solo	125 Biji			
2	Brownies lapis	155 Biji	Brownies lapis	84 Biji	Brownies lapis	51 Biji	Brownies lapis	58 Biji	Brownies lapis	96 Biji	Brownies lapis	165 Biji	Brownies lapis	187 Biji			
	Roti gulung	30 Biji	Roti gulung	51 Biji	Roti gulung	27 Biji	Sosis solo	145 Biji	Dadar gulung	25 Biji	Sosis solo	81 Biji	Dadar gulung	33 Biji			
	Dadar gulung	85 Biji	Dadar gulung	27 Biji	Dadar gulung	24 Biji			Sosis solo	78 Biji			Sosis solo	116 Biji			
	Sosis solo	76 Biji	Sosis solo	87 Biji	Sosis solo	67 Biji											
3	Brownies lapis	155 Biji	Brownies lapis	155 Biji	Brownies lapis	131 Biji	Brownies lapis	80 Biji	Brownies lapis	174 Biji	Brownies lapis	175 Biji	Sosis solo	50 Biji			
	Dadar gulung	25 Biji	Dadar gulung	20 Biji	Dadar gulung	22 Biji	Dadar gulung	22 Biji	Sosis solo	138 Biji	Sosis solo	159 Biji					
	Sosis solo	86 Biji	Sosis solo	192 Biji	Sosis solo	135 Biji	Sosis solo	89 Biji									
4	Sosis solo	83	LIBUR			Brownies lapis	64 Biji	Brownies lapis	155 Biji	Brownies lapis	138 Biji	Brownies lapis	153 Biji	Brownies lapis	153 Biji		
						Sosis solo	80 Biji	Sosis solo	65 Biji	Brownies coklat	27 Biji	Dadar gulung	29 Biji	Dadar gulung	29 Biji	Dadar gulung	26 Biji
										Dadar gulung	45 Biji	Sosis solo	92 Biji	Sosis solo	144 Biji		
5	Brownies lapis	120 Biji	Brownies lapis	161 Biji													
	Dadar gulung	23 Biji	Roti gulung	61 Biji													
	Sosis solo	94 Biji	Dadar gulung	30 Biji													
			Sosis solo	86 Biji													

Permasalahan lainnya dari data pada tabel 1.1 adalah penjualan menurun sebesar 25 – 30% dikarenakan kurangnya SDM sehingga produk yang dihasilkan kurang maksimal, dan juga kurangnya promosi sehingga pelanggan atau konsumen tidak mengetahui tentang produk dari UMKM Titin Catering tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang maka dapat diidentifikasi masalah yang muncul. Adapun masalah tersebut yaitu adanya penurunan penjualan pada produk kue basah tradisional. Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Penjualan Kue Basah Tradisional Dengan Menggunakan Metode SWOT Dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana cara untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran dan bagaimana menetapkan strategi pemasaran kue basah tradisional Titin Catering dengan menggunakan pendekatan metode SWOT dan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

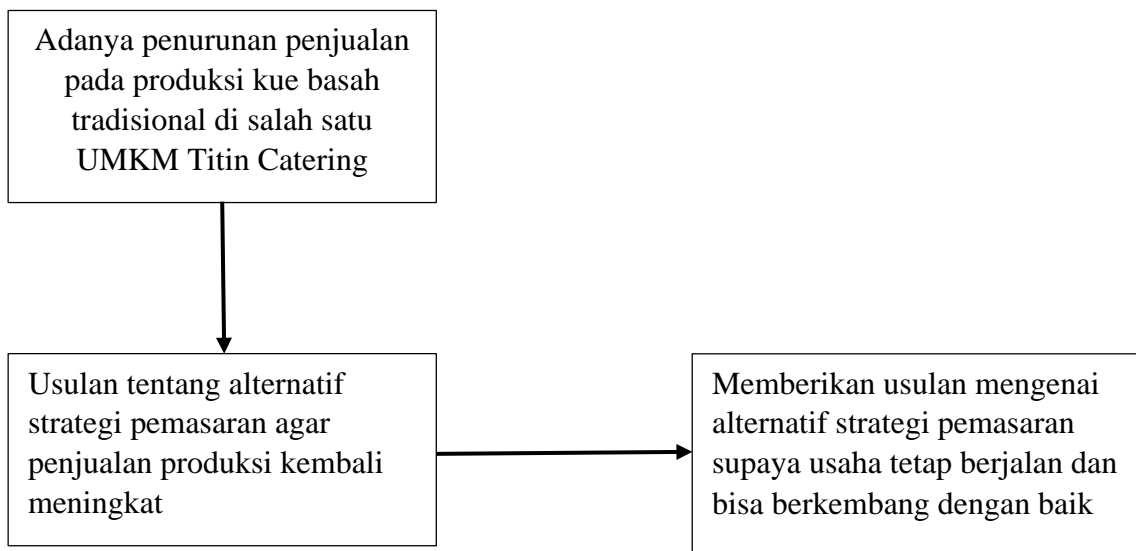
1. Menentukan faktor internal dan eksternal strategi pemasaran di UMKM Titin Catering.
2. Menetapkan alternatif strategi pemasaran yang sesuai atau terbaik bagi UMKM Titin Catering menggunakan pendekatan metode SWOT dan matriks QSPM.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam sebuah penelitian, diperlukan ruang lingkup atau batasan yang jelas agar pembahasan yang dilakukan lebih terarah. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Data penjualan yang diambil adalah data pada produk Kue Basah Tradisional di UMKM Titin Catering pada bulan Januari 2023. Pada penelitian ini ada 5 produk kue basah tradisional yaitu : Brownies Lapis, Brownies Coklat, Dadar gulung, Roti gulung, Sosis Solo.
2. Penelitian dilakukan tanpa menghitung biaya di UMKM Titin Catering, maka penelitian ini hanya memberikan usulan tentang strategi – strategi pemasaran.

1.6 Kerangka Berpikir



1.7 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu :

1. Bagi UMKM

Untuk memberikan ide-ide atau informasi yang dapat digunakan untuk merancang ataupun menyusun strategi pemasaran.

Penelitian ini dapat memberikan masukan dan pertimbangan mengenai strategi pemasaran usaha untuk meningkatkan pemasaran maupun meningkatkan pendapatan melalui potensi yang dimiliki usaha Titin Catering.

2. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan informasi mengenai strategi pemasaran produk dengan baik.

Penelitian ini bermanfaat sebagai pengalaman nyata menganalisis strategi pemasaran, khususnya untuk perusahaan usaha mandiri kecil menengah didalam mengembangkan usaha.

