

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tuntutan globalisasi mengharuskan seluruh badan usaha untuk dapat melakukan perubahan dalam aspek apapun, baik secara mikro maupun makro. Untuk menghadapi hal tersebut, perusahaan harus meningkatkan peran dalam proses pemasaran agar mampu memperluas pangsa pasar. Pelaku usaha harus melakukan pendekatan kepada pelanggan agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkannya. Pada dasarnya pelanggan bisa saja membeli produk dikemudian hari walaupun tidak membelinya saat ini.

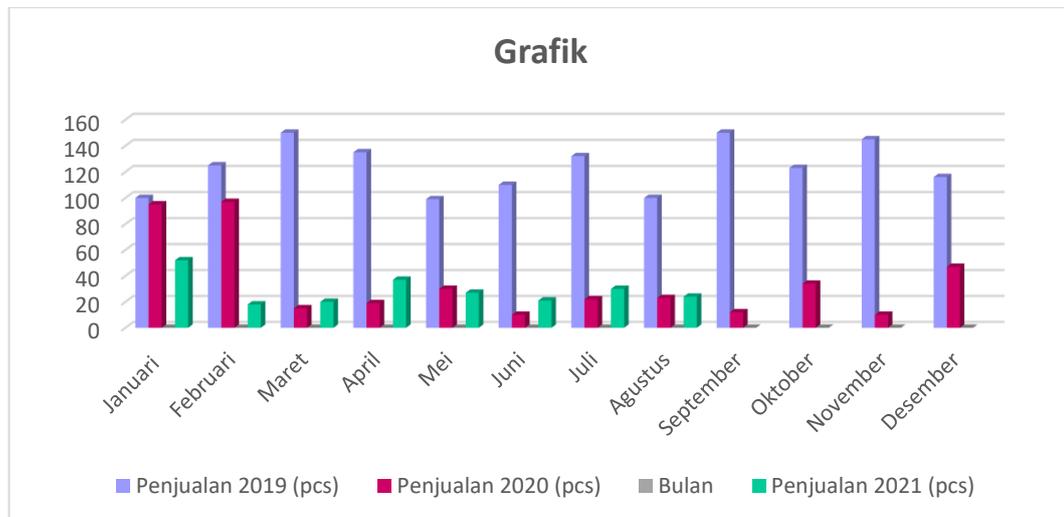
Pada akhir 2019 lahir sebuah virus bernama Covid-19 (*Coronavirus*) yang dapat menyerang sistem pernapasan. Pandemi Covid-19 mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, dari segi ekonomi, sosial dan budaya. Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena dampak buruk dari Pandemi Covid-19 ini salah satunya yaitu terhadap perekonomian dan perdagangan, sebagai contoh hampir 47% UMKM yang ada di Indonesia mengalami penurunan pendapatan sehingga diharuskan untuk menutup usahanya. Hal ini mengakibatkan pelaku usaha harus cepat melakukan penyesuaian dengan cara menerapkan protokol kesehatan sehingga terhindar dari dampak yang dihasilkan dari Pandemi Covid-19. (Utomo et al., 2021).

Salah satu UMKM yang terkena dampak Covid-19 adalah UMKM yang menekuni bidang tekstil diantaranya adalah industri batik. Batik adalah suatu produk yang mempunyai corak khas berisi kebudayaan-kebudayaan Indonesia dan merupakan salah satu warisan produk Indonesia yang harus dilestarikan sehingga mempunyai ketertarikan tersendiri di lingkungan masyarakat. Menurut Hamzuri dalam (Dahlia et al., 2021) Batik merupakan karya bangsa Indonesia yang memadukan seni dengan teknologi dan mempunyai motif yang menarik dengan harga yang terjangkau. Pembuatan batik identik dengan menggunakan alat tradisional seperti alat canting, lilin (reng-rengan), dan dihiasi warna.

Salah satu UMKM unggulan yang bergerak dibidang kerajinan batik di Kabupaten Solok adalah Rumah Batik Minang Panyakalan yang berdiri sejak tahun

2009 dan merupakan batik pertama di Kabupaten Solok milik bersama warga nagari Panyakalan. Rumah Batik Minang Panyakalan dikelola oleh Ibu Rosa Sri Kardena Putri yang memproduksi berbagai macam produk seperti bahan kain batik, sprei, taplak meja, sarung dan salendang. Rumah Batik Minang Panyakalan setiap bulannya mampu memproduksi sebanyak 180 pcs batik dengan jumlah pekerja sebanyak 25 pekerja. Proses pembuatan batik di Rumah Batik Minang Panyakalan terdiri atas tahap menggunting, ciplak/cetak, mewarnai, mencanting/colek, melorot/mengunci warna dan *finishing*. Rumah Batik Minang Panyakalan adalah suatu produk kerajinan kain yang memiliki gambar atau motif dengan makna berdasarkan ciri khas kebudayaan Minangkabau.

Berdasarkan hasil survei awal diketahui bahwa Rumah Batik Minang Panyakalan merupakan salah satu UMKM yang terkena efek dari adanya pandemi Covid-19. Pada tabel 1.1 terdapat data jumlah penjualan perbulan yang dilakukan oleh Rumah Batik Minang Panyakalan sebelum dan saat pandemi Covid-19 pada bulan Januari 2019-Agustus 2021.



Gambar 1.1 Data Perbandingan Penjualan Rumah Batik Minang Panyakalan
(Sumber: Pengumpulan Data, 2022)

Dari grafik diatas dapat dijelaskan bahwa penjualan di Rumah Batik Minang Panyakalan pada tahun 2020 lebih rendah dibanding 2019 namun pada tahun 2021 cenderung meningkat tetapi masih berada dibawah tahun 2019. Kondisi tersebut disebabkan oleh beberapa kendala yang ada didalam maupun diluar dan harus segera ditangani oleh perusahaan agar tetap dapat bersaing nantinya. Penurunan ini

disebabkan oleh UMKM yang tidak siap dalam menghadapi skenario pandemi. Pasca Covid-19 terdapat beberapa kendala dalam proses produksi pada Rumah Batik Minang Panyakalan seperti harga bahan baku yang cukup mahal sehingga mengakibatkan proses produksi terganggu dan modal yang dikeluarkan lebih banyak dari biasanya. Kendala lain yang dihadapi Rumah Batik Minang Panyakalan yaitu kurangnya promosi disebabkan oleh kendala SDM yang tidak memiliki kemampuan dalam teknologi informasi, sejauh ini pengenalan produk Rumah Batik Minang Panyakalan hanya dilakukan melalui perantara dari mulut ke mulut, mengikuti event/bazar yang diselenggarakan pemerintah yang biasanya dilakukan sebanyak 4x setahun, selain itu promosi yang dilakukan sudah memasuki media sosial (Instagram) namun masih pasif. Permasalahan lain selama masa Covid-19 yaitu berkurangnya tenaga kerja yang cukup banyak dari 25 pekerja menjadi 6 orang pekerja.

Menyikapi permasalahan yang dihadapi tersebut dibutuhkan perencanaan strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan gabungan dari tujuan dan sasaran pemasaran perusahaan yang menghasilkan satu rencana yang menyeluruh, karena tanpa strategi pemasaran yang tepat, perusahaan akan susah untuk dapat bertahan apalagi di era Covid-19 ini. Strategi pemasaran dapat membantu perusahaan agar bisa mengetahui pelanggan dan memahami kebutuhan konsumen.

Menentukan langkah yang tepat pada sebuah usaha yang berasal dari hasil analisis permasalahan yang dihadapi sehingga menghasilkan suatu strategi yang sesuai. Salah satu metode penentuan strategi pemasaran yang tepat yaitu analisis SOAR menurut (J. M. Stavros & Cole, 2013) dan analisis QSPM menurut (David, 2011).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) (Studi Kasus Pada Rumah Batik Minang Panyakalan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi internal dan eksternal pada Rumah Batik Minang Panyakalan?
2. Apa strategi pemasaran sehingga dapat memperluas pangsa pasar di Rumah Batik Minang Panyakalan berdasarkan metode QSPM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Memperoleh kondisi eksternal dan internal pada Rumah Batik Minang Panyakalan.
2. Mendapatkan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk diterapkan guna memperluas pangsa pasar pada Rumah Batik Minang Panyakalan berdasarkan metode QSPM.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi Rumah Batik Minang Panyakalan
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan/usulan strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat memperluas pangsa pasar pada Rumah Batik Minang Panyakalan dimasa yang akan datang.
2. Bagi Perguruan Tinggi
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi mengenai strategi pemasaran menggunakan metode analisis faktor internal dan eksternal, IE matriks, SPACE matriks, SOAR dan QSPM terutama dalam bidang manajemen strategi dibidang pemasaran.
3. Bagi Peneliti
Penelitian ini sebagai bentuk pengimplementasian ilmu pengetahuan yang di dapat selama perkuliahan dan menambah wawasan penulis dalam

memahami keadaan yang sebenarnya di lingkungan usaha Rumah Batik Minang Panyakalan.

1.5 Batasan Masalah

Berikut merupakan batasan yang digunakan pada masalah pelaksanaan penelitian:

1. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Rumah Batik Minang Panyakalan yaitu sebuah UMKM yang bergerak dibidang kerajinan batik.
2. Tidak terjadi perubahan strategi pemasaran dari awal terbentuknya Rumah Batik Minang Panyakalan hingga masa covid-19, sehingga perusahaan masih menggunakan strategi pemasaran yang sama.
3. Penelitian ini hanya sampai pada tahap usulan, untuk keputusan pengimplementasian hasil dari analisis sepenuhnya akan diserahkan kepada pihak Rumah Batik Minang Panyakalan.

1.6 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ini terdiri dari beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang konsep dasar yang digunakan untuk menyelesaikan masalah agar tujuan yang telah ditetapkan tercapai. Tinjauan pustaka ini diperoleh dari studi literatur melalui buku, jurnal, maupun melalui informasi yang dapat diperoleh melalui informasi yang didapat dari di situs-situs di website internet.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai tahapan peneliti dalam menyelesaikan masalah secara sistematis seperti diagram alur, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, dan sumber data yang didapatkan.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi data-data yang dibutuhkan untuk dilakukan pengolahan dan pembahasan sehingga tujuan dari penelitian ini dapat tercapai.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang simpulan beserta saran yang berkaitan dengan penelitian sehingga dapat dijadikan referensi untuk penelitian mendatang.