

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern saat ini, membawa perkembangan teknologi yang semakin pesat. Perkembangan teknologi tentunya membawa banyak pengaruh pada industri baik manufaktur maupun jasa. Untuk memenangkan persaingan di dunia usaha, masing-masing perusahaan berusaha menciptakan suatu konsep pemasaran yang mampu untuk menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Hal ini tidak hanya terjadi pada usaha besar maupun kecil, melainkan juga terjadi di semua jenis usaha baik usaha yang bergerak dibidang jasa, industri makanan, maupun industri lainnya. Bukan hanya kualitas pelayanan saja yang baik tetapi strategi dalam analisis usaha juga harus mampu memberikan kesan yang baik pada ingatan para konsumen, sehingga konsumen tidak datang sekali saja dan tidak kembali lagi namun konsumen menjadi loyal dalam menggunakan jasa maupun barang yang diproduksi oleh pengusaha tersebut.

Pada dasarnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dihadapkan pada persaingan yang lebih ketat sehingga harus mampu menghasilkan produk atau jasa yang memiliki daya saing yang tinggi untuk memenangkan pangsa pasar. Setiap UMKM harus mampu mengimbangi perkembangan pada dunia bisnis dan bisa mengatasi masalah umum pada UMKM. Untuk itu dibutuhkan pengembangan yang tepat bagi UMKM dan melakukan inovasi pada produk yang mereka produksi dan juga inovasi cara pemasaran yang menarik para konsumen, melalui perbaikan kinerja yang mampu meningkatkan daya saing dan pangsa pasar. Kegiatan produksi menunjang pencapaian pemasaran suatu produksi tentunya kegiatan ini yang turut menentukan sukses atau gagalnya sebuah bisnis dalam memenuhi besarnya permintaan pasar.

Kabupaten Bengkalis yang merupakan salah satu daerah yang kaya dengan berbagai ragam makanan dan minuman. Salah satu pesona inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi orang luar untuk datang dan mengunjungi Bengkalis.

Jenis jajanan yang menyandang predikat ciri khas Bengkalis salah satunya bernama Lempuk Durian. Bengkalis merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Riau yang kaya akan hasil pertanian dan perikanan. Dengan posisinya yang strategis yaitu terletak di muara sungai Siak, menjadikan pulau ini memiliki potensi perikanan yang tentunya dapat dioptimalkan, yaitu hasil perkebunan dan pertaniannya. Melimpahnya hasil panen durian di pulau Sumatera dan Kalimantan, membuat buah durian segar tidak semuanya dapat habis dikonsumsi.

Salah satu aneka kuliner yang terkenal di Kota Bengkalis yaitu lempuk durian. Lempuk adalah makanan tradisional bertekstur lunak, berbahan dasar buah durian yang dicampur dengan gula yang dimasak lebih dari 3 jam, dan memiliki warna coklat kehitaman. Lempuk Durian banyak dihasilkan di beberapa daerah penghasil buah durian di Indonesia seperti Riau, Pontianak, Medan. Kuliner lempuk durian sangat berkembang di Desa Selat Baru Kecamatan Bantan. Dari zaman dahulu hingga saat ini Desa Selat Baru telah menjadi pemasok Lempuk durian untuk Kota Bengkalis dan luar Kota Bengkalis. Oleh sebab itu, butuh kreativitas dalam mengolah buah durian segar menjadi dodol, selai, tempoyak, dan beberapa tahun ini cukup trend adalah pancake aneka durian. Tidak semua orang menyukai buah durian karena baunya yang tajam. Tetapi, di Bengkalis lempuk durian ini tetap menjadi primadona.

Di Desa Selat Baru Bengkalis pembuatan Lempuk durian sengaja tidak merubah cara pembuatan Lempuk durian dari masa dahulunya. Bahkan bumbu dan perlengkapannya pun sengaja tidak mengalami perubahan. Oleh karna itu, makin berkembang nya zaman di era globalisasi ini dalam penelitian penulis disini akan ada konsepnya sebagai strategi pemasaran modern untuk meningkatkan angka penjualan, juga dalam sebuah kegiatan bauran pemasaran untuk mencapai tujuan berupa target pasar pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk yang di kelola oleh usaha lempuk durian UMKM Citra Rasa di Selat Baru.

Namun fenomena didalam pemasaran produk Lempuk Durian pada UMKM Citra Rasa di Desa Selat Baru diketahui produk lempuk durian belum dapat dipasarkan sesuai dengan permintaan pasar terutama di luar Kota Bengkalis

dan provinsi Riau melainkan produk lempuk durian hanya dipasarkan di Kota Bengkalis dan di Kota Pekanbaru sehingga mengurangi pendapat hasil lempuk durian. Kemudian belum adanya kegiatan promosi lempuk durian yang dilakukan sampai keluar daerah baik melalui media maupun secara langsung sehingga promosi lempuk durian hanya dalam bentuk penjualan di lokasi saja. Dan juga untuk harga penetapan lempuk durian mulai dari bungkusan kecil hingga yang besar mulai dari 15 ribu dan 40 ribu melainkan saat dilokasi penjualan berbeda harga sehingga mengurangi tingkat pembelian konsumen. Terakhir tempat lokasi penjualan lempuk durian hanya dilakukan di daerah Kota Bengkalis dan di Kota Pekanbaru saja.

Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan kumpulan alat pemasaran taktis, yang terkendali (Produk, harga, tempat dan promosinya) yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran atau konsumen. Pemasaran menjadi salah satu aspek yang mendorong meningkatnya volume penjualan suatu perusahaan sehingga tujuan perusahaan tercapai. Konsumen seringkali mengambil keputusan pembelian dengan melihat aspek pemasaran dari suatu barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan barang atau jasa.

Berdasarkan fenomena latar belakang yang telah disajikan maka peneliti tentunya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Bauran Pemasaran Pada UMKM Lempuk Durian Citra Rasa Didesa Selat Baru.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah Bagaimana Bauran Pemasaran Pada UMKM Lempuk Durian Citra Rasa Didesa Selat Baru?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis strategi penerapan Segmentasi, target pasar dan posisi pasar (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*).

2. Untuk menganalisis bauran pemasaran pada UMKM Lempuk Durian Citra Rasa di Desa Selat Baru.
3. Untuk menganalisis saluran pemasaran yang digunakan pada usaha Lempuk Durian Citra Rasa di Desa Selat Baru.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis
Penelitian ini bertujuan untuk memperdalam pengetahuan dalam mengaplikasikan teori-teori mata kuliah yang diperoleh selama perkuliahan khususnya di bidang Manajemen Pemasaran dan juga Digital Marketing.
2. Bagi Pengusaha
Sebagai bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM dalam menjalankan operasi usaha yang akan dilanjutkan kedepannya.
3. Bagi Pihak-Pihak Lain
Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan juga bisa dijadikan bahan informasi untuk melakukan penelitian berikutnya.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini untuk mendapat sebuah gambaran terkait bagian-bagian yang telah dibahas, maka penulis menguraikan sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai penelitian terdahulu yang diambil dari jurnal sebelumnya, serta teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan penulis mengenai lokasi penelitian dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan analisis data, jenis penelitian, definisi konsep, dan definisi operasional.

BAB 4 : GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Pada bab ini penulis akan uraikan secara singkat tentang sejarah singkat UMKM Citra Rasa, struktur organisasi dan aktivitas usaha.

BAB 5 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis menguraikan hasil dan pembahasan mengenai tentang Analisis Bauran Pemasaran Pada UMKM Lempuk Durian Citra Rasa Di Desa Selat Baru.

BAB 6 : PENUTUP

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan serta saran yang akan disampaikan oleh penulis.