

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

*Home industry* wingko babat non label salah satu usaha yang bergerak di bidang makanan. Industri makanan dipilih karena memiliki sasaran pasar yang beragam dari berbagai kalangan. Diprediksi, usaha makanan akan menunjang penjualan dan omset yang didapat. *Home industry* ini telah berdiri sejak 3 tahun yang lalu dan dipimpin oleh Ibu Susana Ernawati. Usaha dirintis sejak awal dengan omset yang masih tidak stabil dan dikembangkan hingga sekarang. Produk yang ditawarkan oleh *home industry* ini berfokus pada produksi wingko babat dengan ukuran bulat mini. Produk diproduksi ketika terdapat permintaan dari konsumen. Sampai saat ini, tahap pengembangan produk masih terus dilakukan dan selalu dievaluasi untuk menghasilkan produk yang dapat menarik banyak konsumen dan tetap mampu bersaing dengan pesaing lainnya.

Penelitian terdahulu yang memiliki pembahasan yang sama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Makhitha, KM (2016) dengan judul “*Marketing Strategies Of Small Craft Producers In South Africa : Practices And Challenges*”. Bidang kajian dari penelitian ini yaitu strategi pemasaran pada produsen kerajinan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti pemasaran pada wingko babat.

Penelitian terdahulu yang memiliki pembahasan yang sama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Novlantig, Asra et al., (2018) dengan judul “*Marketing Strategy Recommendation for Kiwang Kreatif Craft in Garut West Java*”. Bidang kajian dari penelitian ini yaitu strategi pemasaran pada Kiwang Kreatif Craft (KKC) sedangkan bidang kajian oleh peneliti yaitu strategi pemasaran pada wingko babat.

Penelitian terdahulu yang memiliki pembahasan yang sama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Mahmud et al., (2022) dengan judul “*Marketing Strategy of Natural Soap (Hand Made Industry) In Small and Medium Micro*

*Business (MSMEs) Tambora Exotic Dompu Regency*". Bidang kajian dari penelitian ini yaitu pemasaran pada sabun alami pada *home industry*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti pemasaran pada *home industry* wingko babat.

Keunggulan dari penelitian yang dilakukan yaitu terletak pada sistem produksi yang digunakan, dalam melakukan kegiatan pemasaran menggunakan sistem produksi *made to order*. Sistem produksi ini menjalankan proses produksinya dengan cara merespon pesanan atau permintaan yang diinginkan oleh konsumen. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Makhitha KM, Novlantig Asra, Mahmud dalam pemasaran *home industry* tersebut sistem produksi yang digunakan berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dimana sistem produksi yang digunakan yaitu sistem produksi berdasarkan proses.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan desain etnografi. Dimana data yang diperoleh berasal dari proses wawancara dengan narasumber untuk mengetahui pemasaran yang diterapkan oleh *home industry* wingko babat non label. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan observasi, wawancara secara menadalam, dan dokumentasi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Makhitha KM, Novlantig Asra, Mahmud menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode survey, eksplorasi, dan studi kasus.

Alasan pemilihan lokasi penelitian yaitu karena *home industry* wingko babat non label di Desa Nglajo Kecamatan Cepu berbeda dengan *home industry* wingko babat lainnya. Dimana *home industry* tersebut belum memiliki label nama dalam penjualan wingko babatnya dan juga sistem produksi yang digunakan berbeda dengan *home industry* lainnya yaitu dengan menerapkan sistem *made to order*. Hal tersebut tentu menjadikan keunikan tersendiri bagi peneliti karena terdapat suatu permasalahan yang dapat diteliti.

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini, serta pemilihan lokasi penelitian yang dianggap dapat dijadikan tempat penelitian, maka peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian dengan judul “**Pemasaran Wingko Babat *Home Industry* Non Label dengan Sistem Produksi *Made To Order* di Desa Nglajo Kecamatan Cepu**”.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan pada penjualan wingko babat non label di Desa Nglajo Kecamatan Cepu?
2. Bagaimana peran sistem produksi *made to order* pada penjualan wingko babat non label di Desa Nglajo Kecamatan Cepu?

#### **C. Tujuan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang diterapkan pada penjualan wingko babat non label di Desa Nglajo Kecamatan Cepu.
2. Untuk mendeskripsikan peran sistem produksi *made to order* pada penjualan wingko babat non label di Desa Nglajo Kecamatan Cepu.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis dari hasil penelitian ini di harapkan dapat dijadikan masukan bagi para peneliti selanjutnya untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan wingko babat *home industry* non label dengan sistem produksi *made to order* di Desa Nglajo Kecamatan Cepu.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Lembaga

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada pengusaha tentang strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan dalam meningkatkan penjualan wingko babat pada usaha *home industry* wingko babat non label di Desa Nglajo, Kecamatan Cepu.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru kepada peneliti tentang strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan suatu produk dan sebagai rujukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan terhadap strategi pemasaran yang sudah diperoleh.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini digunakan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam memenuhi teori-teori yang sudah diperoleh dan juga dapat dijadikan bahan informasi tentang ekonomi *home industry*.