

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Yogyakarta adalah salah satu tempat istimewa di Indonesia, banyak tempat-tempat wisata yang dapat dikunjungi. Mulai dari wisata budaya, wisata alam hingga wisata makanan ada di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Keragaman wisata tersebut menarik banyak wisatawan untuk datang ke Yogyakarta.

Banyaknya para wisatawan yang datang ke Yogyakarta membuat banyak peluang usaha untuk warga Yogyakarta. Pertumbuhan industri kecil dan menengah (IKM) di Yogyakarta telah banyak berkembang. Masing-masing IKM dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang baik sehingga dapat bersaing dengan kompetitornya. Strategi yang baik bisa didapatkan dengan menganalisis pasar dan target pemasaran dari IKM tersebut. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2018 kelompok IKM di Yogyakarta meliputi kelompok pengelolaan pangan (21%), kelompok sandang dan kulit (19%), kelompok kimia dan bahan bangunan (21%), kelompok logam dan elektronika (28%), dan kelompok kerajinan (11%) dengan total 14.894 IKM. Berdasarkan data yang ada kelompok IKM pangan memiliki persentase jumlah yang besar, hal ini akan menyebabkan persaingan yang ketat antar kompetitor.

Salah satu IKM yang ikut bersaing dalam usaha pangan adalah IKM Yangko Pak Prpto. IKM ini memproduksi makanan yangko sebagai salah satu oleh-oleh khas Yogyakarta. Yangko adalah makanan yang terbuat dari tepung ketan, makanan ini merupakan makanan khas Kota Gede. Yangko yang diproduksi oleh Yangko Pak Prpto memiliki tekstur yang lembut dan memiliki banyak variasi rasa. Biasanya yangko dimakan sebagai camilan, rasanya yang manis cocok untuk dijadikan oleh-oleh khas Yogyakarta. IKM Yangko Pak Prpto didirikan oleh Pak Prpto dari tahun 1950, IKM ini sudah memiliki satu gerai yangko dan dua tempat produksi.

Sistem penjualan dari Yangko Pak Prpto adalah menjual ke gerai atau toko pribadinya dan memasarkan yangko ke beberapa tempat oleh-oleh seperti Bakpia Kurnia Sari dan Toko Ngudiroso. Selain itu, IKM Yangko Pak Prpto juga melayani jasa penitipan makanan untuk dijual pada tokonya. Penitipan makanan oleh-oleh seperti dodol, bakpia, wingko dan oleh-oleh Yogyakarta lainnya juga dititipkan

disini. Jasa menitipkan makanan oleh-oleh lain dilakukan untuk menambah pemasukan bagi Yangko Pak Prapto.

Tahun 2016 IKM Yangko mampu menjual yangko hingga 250 kotak/hari, namun sekarang setiap hari IKM Yangko Pak Prapto memproduksi 200 kotak yangko/hari dengan isi masing-masing kotak yangko 30 buah. Produksi 200 kotak tersebut terkadang tidak habis terjual dan sering kali makanan titipan pada toko seperti bakpia lebih diminati dari pada yangko. Hal ini menjadi masalah bagi IKM ini karena peminat oleh-oleh yangko semakin menurun dari tahun ketahun. Faktor yang menyebabkan penurunan penjualan yangko adalah banyaknya kompetitor lain baik sesama penjual yangko maupun penjual makanan jenis lain yang dan yangko merupakan makanan yang kurang populer terutama dikalangan para pendatang dari luar Yogyakarta.

Pendatang dari luar Yogyakarta merupakan target utama dari penjualan oleh-oleh Yangko Pak Prapto namun tidak menutup kemungkinan penduduk lokal menjadi target konsumen yangko. Menurut data yang diambil menggunakan kuesioner oleh peneliti tahun 2018, dari 173 pendatang dari luar Yogyakarta baik wisatawan maupun yang berdomisili di Yogyakarta 40% yang mengetahui makanan yangko 49% tertarik membeli yangko dan hanya 27% yang pernah membeli yangko. Data ini menunjukkan bahwa makanan yangko kurang populer dan kurang diminati dikalangan para pendatang yang ada di Yogyakarta sehingga menjadi masalah bagi IKM Yangko Pak Prapto.

Terdapat dua usulan yang didiskusikan bersama pembimbing riset untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap yangko yaitu melakukan pengembangan produk atau melakukan *bundling*. Usulan yang digunakan dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap yangko adalah dengan menggunakan teknik *bundling*. Teknik *bundling* adalah strategi penjualan dengan cara menggabungkan dua atau lebih produk ke dalam satu kemasan (Stremersch & Tellis, 2002). Teknik ini digunakan untuk meningkatkan kepopuleran yangko dengan cara menggabungkan makanan yangko dengan makanan lain yang lebih populer di Yogyakarta. Penggabungan produk harus didasarkan pada minat beli konsumen, maka dilakukan riset pemasaran untuk mengetahui penggabungan produk makanan yangko dengan makanan lain yang diminati oleh konsumen.

Riset pemasaran yang dilakukan tidak untuk meningkatkan penjualan secara langsung terhadap penjualan yangko di IKM Yangko Pak Prapto. Riset ini

dilakukan untuk mengetahui dan melakukan penggabungan makanan yangko dengan makanan lain dalam satu kemasan yang sesuai minat beli konsumen.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan data yang telah didapatkan melalui wawancara maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana staregi *bundling* yang sesuai minat konsumen terhadap makanan yangko di IKM Yangko Pak Prapto?
- b. Bagaimana tanggapan dan minat beli konsumen terhadap strategi *bundling* yang dilakukan terhadap yangko di IKM Yangko Pak Prapto?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Merancang strategi *bundling* yang sesuai minat konsumen terhadap makanan yangko di IKM Yangko Pak Prapto
- b. Menganalisis tanggapan dan minat beli konsumen terhadap strategi *bundling* yang dilakukan terhadap yangko di IKM Yangko Pak Prapto

1.4. Batasan Masalah

Pembahasan yang dilakaukan akan mengarah pada lingkup tertentu, makan diberikan batasan sebagai berikut:

- a. Obyek penelitian berfokus pada IKM Yangko Pak Prapto
- b. Penelitian dilakukan di Yogyakarta karena yangko merupakan oleh-oleh khas Yogyakarta
- c. Desain kemasan strategi *bundling* didasarkan pada proses *brainstorming* dengan pengambil keputusan
- d. Analisis hasil kuesioner yang digunakan berfokus pada analisis tren, similaritas, kontradiksi dan *odd grouping*
- e. Riset pemasaran tidak berfokus pada peningkatan penjualan yangko di IKM Yangko Pak Prapto secara langsung namun berfokus pada usulan strategi *bundling* produk makanan yangko yang diminati oleh konsumen.