

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Makanan tradisional merupakan bagian penting dari warisan budaya yang mencerminkan identitas dan nilai-nilai suatu masyarakat. Salah satu bentuk makanan tradisional yang memiliki tempat khusus dalam kehidupan masyarakat Indonesia adalah kue tradisional, yaitu kudapan atau makanan ringan yang tidak termasuk dalam menu utama tetapi telah lama menjadi bagian dari kebiasaan kuliner daerah tertentu. Kekayaan kuliner tradisional ini tidak hanya menyajikan cita rasa yang khas, tetapi juga mengandung nilai historis dan sosial yang tinggi. Di tengah pesatnya perkembangan bisnis di Indonesia, sektor industri makanan menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, baik dalam skala besar maupun kecil. Industri makanan memainkan peranan strategis dalam menopang perekonomian nasional, terutama melalui kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat dan penguatan sektor UMKM (Kusumaningrum & Christian, 2023).

Perkembangan zaman turut mendorong tren kuliner lokal dan produk oleh-oleh khas daerah untuk tampil sebagai potensi unggulan, terutama dalam mendukung Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Produk oleh-oleh khas daerah bukan hanya menjadi media promosi budaya, melainkan juga memiliki nilai strategis dalam peningkatan ekonomi lokal. Namun, banyak UMKM masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka secara luas. Permasalahan umum seperti keterbatasan sumber daya, minimnya literasi digital, serta kesulitan dalam memahami perilaku konsumen *online*, kerap menjadi penghambat utama (Anisa Martiah et al., 2024).

Kota Lhokseumawe dikenal sebagai wilayah yang kaya akan tradisi dan keragaman kuliner, yang mencerminkan identitas budaya masyarakat setempat. Jajanan khas Lhokseumawe, seperti timphan dan dodol, memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk unggulan daerah sekaligus oleh-oleh khas

yang dapat bersaing di pasar lokal maupun nasional. Namun, potensi ini belum dimanfaatkan secara maksimal. Banyak produk jajanan tradisional masih dipasarkan secara terbatas dan belum memiliki strategi pemasaran yang terarah dan berkelanjutan.

Dalam hal ini, Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi (Disperindagkop) Kota Lhokseumawe memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan sektor industri kecil dan menengah, khususnya dalam membantu pelaku usaha lokal memasarkan produk makanan khas secara lebih luas dan profesional. Disperindagkop telah melakukan berbagai upaya, mulai dari pelatihan, fasilitasi pameran, hingga pendampingan UMKM. Upaya tersebut juga didukung oleh UMKM Center Lhokseumawe yang ikut mendorong timphan sebagai oleh-oleh khas, tidak hanya untuk konsumsi lokal tetapi juga untuk pasar pariwisata dan luar daerah. Namun, dalam praktiknya masih terdapat berbagai tantangan, seperti keterbatasan inovasi pemasaran, kurang dalam promosi, persaingan dengan produk luar daerah, serta pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal.

Dalam menghadapi permasalahan tersebut membutuhkan strategi pemasaran yang efektif, diperlukan suatu pendekatan yang sistematis dan menyeluruh. Salah satu metode yang relevan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), yang dapat membantu Disperindagkop dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi keberhasilan program pengembangan jajanan khas. Melalui analisis ini, strategi yang dirancang akan lebih terarah dan mampu menjawab kebutuhan pasar secara menyeluruh. Dengan demikian, jajanan khas Lhokseumawe tidak hanya dikenal secara lokal, tetapi juga dapat menjadi ikon kuliner Lhokseumawe yang memiliki daya saing tinggi.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka peneliti ingin membantu berkontribusi pada permasalahan tersebut dengan melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Disperindagkop Kota Lhokseumawe dalam Mengembangkan Jajanan Khas Lhokseumawe”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari latar belakang di atas, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Disperindagkop Lhokseumawe dalam mengembangkan jajanan khas Lhokseumawe?
2. Apa strategi usulan yang dapat dikembangkan berdasarkan hasil analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing jajanan khas Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Disperindagkop Lhokseumawe dalam mengembangkan jajanan khas Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui strategi usulan yang dapat dikembangkan berdasarkan hasil analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing jajanan khas Lhokseumawe.

1.4 Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberi manfaat kepada semua pihak yang terkait. Adapun manfaat yang diharapkan yaitu:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Perusahaan dapat mengetahui strategi pengembangan untuk UMKM.
 - b. Perusahaan mendapatkan solusi berbasis analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kekurangan, peluang, dan ancaman dalam mengembangkan UMKM.
 - a. Perusahaan dapat menggunakan sebagai ide-ide, masukan, atau perbaikan untuk memecahkan masalah perusahaan.
2. Bagi Jurusan Teknik Indsutri Universitas Malikussaleh
 - a. Memperkuat kerja sama antara akademisi dan industri dalam mengembangkan penelitian yang aplikatif dan relevan.

- b. Menjadi bahan studi kasus bagi Mahasiswa dan Dosen dalam memahami penerapan konsep teknik industri di dunia kerja.
 - c. Menambah referensi akademik mengenai penerapan metode SWOT dalam industri manufaktur, khususnya dalam sektor UMKM.
3. Bagi Mahasiswa
- a. Meningkatkan keterampilan analitis Mahasiswa dalam mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah di lingkungan industri.
 - b. Memberikan pengalaman dalam menerapkan teori yang telah dipelajari di perkuliahan ke dalam kasus nyata di dunia industri.

1.5 Batasan Masalah dan Asumsi

1.5.1 Batasan Masalah

Agar hasil penelitian ini tidak menyimpang dari tujuan yang diinginkan, maka penelitian ini diberi batasan sebagai berikut:

- 1. Pengamatan hanya dilakukan di Disperindagkop Lhokseumawe.
- 2. Pengamatan hanya berfokus pada produk timphan dan dodol.

1.5.2 Asumsi

Untuk memperlancar jalannya penelitian, dalam penyelesaian skripsi ini diberikan beberapa asumsi yaitu sebagai berikut:

- 1. Teknologi digital dapat dimanfaatkan sebagai alat pemasaran yang efektif untuk memperluas jangkauan distribusi timphan dan dodol.
- 2. Inovasi dalam bentuk rasa dan desain kemasan dapat meningkatkan minat beli dan memperluas segmen pasar timphan dan dodol, termasuk pasar luar daerah.