

# **1. PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Kegiatan usaha merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan, upah, atau laba usaha. Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, sekarang kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha supaya usaha kita dapat maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses, pengembangan usaha yang baik dimulai dari kita sendiri walaupun banyak menghadapi kendala-kendala dalam dunia usaha, maka dari itu dibutuhkan strategi dalam pengembangan usaha supaya usaha dapat bertahan lama dan tidak bangkrut. Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, seorang wirausahawan dituntut untuk mampu memproduksi barang dan jasa dengan kualitas yang lebih baik, harga yang lebih terjangkau, serta layanan yang lebih cepat dibandingkan para pesaing. ruang lingkup pemasaran adalah suatu hal yang sangat penting. Semakin luas ruang lingkup pemasaran suatu usaha, maka semakin banyak

Masyarakat yang mengenal usaha tersebut. Sehingga UMKM tersebut dapat berkembang dengan baik karena mendapat banyak konsumen. Untuk memperluas ruang lingkup pemasaran tersebut, maka diperlukan sebuah strategi yang baik dan dapat mencakup banyak masyarakat. Sehingga informasi tentang produk dan usaha dari UMKM tersebut dapat menyebar luas dengan mudah dan cepat (Nilam, 2012).

Dalam sebuah usaha, ruang lingkup pemasaran adalah suatu hal yang sangat penting. Semakin luas ruang lingkup pemasaran suatu usaha, maka semakin banyak masyarakat yang mengenal usaha tersebut. Dengan demikian, UMKM tersebut dapat berkembang dengan baik karena mendapat banyak konsumen. Untuk memperluas ruang lingkup pemasaran tersebut, maka diperlukan sebuah strategi yang baik dan dapat mencakup banyak masyarakat. Sehingga informasi tentang produk dan usaha dari UMKM tersebut dapat menyebar luas dengan mudah dan cepat (Rahmah, 2022). Perkembangan bisnis saat ini semakin lama semakin menonjol akan kompleksitas, persaingan, perubahan, dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang semakin intensif antar perusahaan, baik karena jumlah pesaing yang semakin bertambah, volume produk yang semakin meningkat,

ataupun bertambah pesatnya teknologi. Karena hal tersebut setiap perusahaan harus memperhatikan proses pemasaran yang sesuai dengan bisnis yang dijalankan

Kuliner menjadi ciri khas suatu daerah yang akan diperbincangkan oleh berbagai kalangan media dan menjadi hal utama yang akan dilirik oleh banyak orang. Kuliner menjadi identitas budaya serta melambangkan kehidupan sosial di setiap negara dan di setiap daerah pada masing-masing tempat mempunyai ciri khasnya tersendiri. Ciri khas dari budaya juga dapat kita lihat dari bagaimana kuliner yang ada pada daerah tersebut, sejarah dari makanannya yang merupakan simbol yang paling relevan dalam penandaan dan bentuk komunikasi yang efektif dari budaya dengan karakter nasional yang kuat dan keberagaman fitur. Memahami kuliner dari berbagai segi, mengeksplorasi warisan budayanya dan mempromosikan akan pertukaran budayanya (Utami, 2018). Salah satu tujuan dibutuhkannya pusat kuliner adalah sebagai upaya pelestarian warisan budaya Aceh pada bidang masakan dan makanan tradisionalnya.

Di Kabupaten Aceh Utara khususnya di Kecamatan Baktiya Barat, Gampong Matang Panyang, terdapat usaha dagang rujak buah yang dikenal dengan sebutan "Rujak Aceh". Rujak Aceh merupakan hidangan salad buah dan sayuran tradisional Indonesia yang umumnya disajikan dengan bumbu kacang. Meskipun namanya mengandung kata "Aceh", hidangan ini sebenarnya berasal dari medan. Usaha ini memiliki peluang besar karena bahan- bakunya mudah didapat dan harganya yang terjangkau sementara permintaan pasar yang terus meningkat. Sehingga diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk bersaing dengan usaha kuliner lainnya.

Berikut merupakan data mengenai nama dan tahun berdirinya UMKM yang bergerak di bidang penjualan Rujak Aceh di Gampong Matang Panyang, Kecamatan Baktiya Barat."

Tabel 1. Daftar nama – nama penjual rujak Aceh di Gampong Matang Panyang

No	Nama Penjual	Tahun Berdiri Usaha
1	Aswani	2004
2	Mariani	2005
3	Murnawati	2006
4	Wardiah	2007
5	Warniah	2008
6	Rahmatullah	2009
7	Zulkarnaini	2010
8	Rahmatillah	2011
9	Darmiati	2012
10	Nurmala	2005
11	Saifannur	2005
12	Ida Melati	2006
13	Sayed Abdullah	2007
14	Marlina	2008
15	Syarbani	2009
16	Aisyah	2010
17	M. Hamzah	2008

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel tersebut memberikan informasi mengenai nama- nama penjual rujak di Gampong Matang Panyang beserta tahun berdirinya usaha masing-masing. Data ini diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara dengan para pelaku usaha setempat. Informasi tersebut digunakan untuk menggambarkan distribusi waktu berdirinya usaha rujak di daerah tersebut dalam kurun waktu dari tahun 2004 hingga 2012. Dari data yang dikumpulkan, terlihat bahwa para penjual memulai usahanya secara bertahap dari tahun ke tahun, yang menunjukkan adanya pertumbuhan usaha kecil menengah (UKM) di sektor kuliner local seperti usaha rujak. Rentang tahun yang tertera menunjukkan bahwa usaha rujak di Matang Panyang telah berlangsung cukup lama dan menjadi bagian dari kegiatan ekonomi masyarakat setempat.

Rujak Goyang Lidah adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang pemasaran kuliner, dengan fokus utama dalam penjualan rujak buah. Usaha ini didirikan oleh pak Aswani selaku pemilik usaha pada tahun 2004 sampai dengan sekarang. Usaha ini berlokasi di Gampong Matang Panyang, Kecamatan Baktiya Barat, Kabupaten Aceh Utara. Pak Aswani selaku pemilik usaha ini langsung membeli buah-buahan sega di pasar Pasar panton labu karena tersedianya bahan

baku yang berkualitas dan lebih segar, sedangkan khusus untuk buah kweni pak Aswani memesan langsung dari distributor Meulaboh dengan pengiriman seminggu 10 kg nya. pemilihan Rujak Goyang Lidah sebagai pilihan utama karena usaha ini memiliki keunggulan yang sangat baik dalam menyediakan produk rujak buah berkualitas tinggi karena kesegaran dan kualitas bahan baku yang digunakan, yang dijamin memberikan rasa yang nikmat dan kepuasan bagi pelanggan. Rujak Goyang Lidah juga menawarkan pelayanan yang ramah dan harga yang terjangkau dengan porsi yang cukup pas yaitu dengan harga Rp 10.000 per produknya baik untuk rujak cincang maupun rujak colek sesuai dengan permintaan pelanggan. Keunggulan lain yang menjadi alasan saya memilih Rujak Goyang Lidah adalah rasa bumbunya yang khas berbeda rasanya dengan pesaing lainnya. Usaha ini menyediakan berbagai jenis rujak buah, mulai dari rujak buah segar yang siap disantap hingga paket bahan baku rujak untuk konsumen yang ingin mengolah sendiri rujaknya di rumah. Semua produk tersebut dijual dengan merek Rujak Goyang Lidah yang sudah dikenal oleh Masyarakat.

Rujak Goyang Lidah selalu menjaga standar kualitas yang tinggi pada setiap produk yang ditawarkan. Usaha ini memastikan bahwa buah-buahan yang digunakan selalu dalam keadaan segar dan diproses dengan cara yang higienis, sehingga rasa rujaknya tetap enak dan aman untuk dikonsumsi. Komitmen terhadap kualitas ini menjadikan Rujak Goyang Lidah sebagai pilihan yang terpercaya, meskipun pasar rujak buah semakin berkembang dan kompetitif. Rujak Goyang Lidah juga fokus pada kepuasan pelanggan dengan menyediakan pelayanan yang baik, harga yang bervariasi, dan ketersediaan produk yang cukup. Dengan pengalaman yang sudah terbukti dalam industri kuliner, Rujak Goyang Lidah terus berupaya untuk menyediakan produk yang terbaik serta memenuhi kebutuhan pelanggan dengan solusi yang tepat dan efektif. Ini menjadikan mereka salah satu pilihan utama bagi konsumen rujak buah di Kabupaten Aceh Utara dan daerah lainnya.

Dengan adanya usaha UMKM Rujak Goyang Lidah masyarakat Kecamatan Baktiya Barat dapat merasakan manfaat dari konsumsi buah segar yang dipadukan dengan bumbu tradisional, sambil mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan keberlanjutan dalam produksi bahan baku yang ramah lingkungan. Melalui inovasi

dalam mengolah buah lokal, Rujak Goyang Lidah dapat menjadi pilihan kuliner yang populer dan menguntungkan di masa depan.

Penghasilan merupakan salah satu indikator kinerja usaha yang dapat mencerminkan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Dalam konteks usaha mikro, seperti usaha Rujak Goyang Lidah yang beroperasi di Kecamatan Baktiya Barat, Kabupaten Aceh Utara, tingkat penghasilan harian dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain volume penjualan, harga produk, serta kemampuan dalam menjangkau dan mempertahankan konsumen. Evaluasi terhadap fluktuasi penghasilan dapat memberikan gambaran mengenai keberhasilan maupun kelemahan strategi pemasaran yang digunakan. Oleh karena itu, penyajian data rata-rata penghasilan harian dan jumlah konsumen per hari selama tahun 2024 menjadi penting sebagai dasar analisis dalam merumuskan strategi pemasaran rujak Aceh yang lebih optimal. Berikut merupakan data rata-rata penghasilan usaha Rujak Goyang Lidah pada tahun 2024.

Tabel 2. Rata-rata penghasilan Rujak Goyang Lidah pada tahun 2024

N0.	Bulan	Keuntungan per Hari	Jumlah konsumen per Hari
1.	Januari	Rp. 800.000	80 konsumen
2.	Februari	Rp. 1.000.000	100 konsumen
3.	Maret	Rp. 500.000	50 konsumen
4.	April	Rp. 1.500.000	150 konsumen
5.	Mei	Rp. 900.000	90 konsumen
6.	Juni	Rp. 1.100.000	110 konsumen
7.	Agustus	Rp. 900.000	90 konsumen
8.	September	Rp. 850.000	85 konsumen
9.	Oktober	Rp. 1.000.000	100 konsumen
10.	November	Rp. 1.000.000	100 konsumen
11.	Desember	Rp. 1.200.000	120 konsumen

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan rata-rata keuntungan harian dan jumlah konsumen per hari dari usaha Rujak Goyang Lidah sepanjang tahun 2024. Data tersebut memperlihatkan adanya fluktuasi penghasilan yang dipengaruhi oleh faktor musiman, kebiasaan konsumsi masyarakat, serta momen hari besar. Jumlah konsumen per hari dihitung berdasarkan asumsi harga jual rujak sebesar Rp10.000 per porsi. Penghasilan tertinggi tercatat pada bulan April, yaitu sebesar Rp1.500.000 per hari dengan jumlah konsumen mencapai 150 orang. Kenaikan ini

disebabkan karena bertepatan dengan momen perayaan hari besar di mana permintaan terhadap makanan segar dan khas lokal seperti rujak meningkat tajam. Sebaliknya, penurunan penghasilan paling rendah terjadi pada bulan Maret, yakni sebesar Rp500.000 per hari dengan 50 konsumen, yang kemungkinan disebabkan oleh bulan puasa (Ramadhan) di mana kebiasaan konsumsi masyarakat mengalami perubahan, terutama pada siang hari. Secara keseluruhan, fluktuasi penghasilan yang terjadi dari bulan ke bulan dapat menjadi dasar penting dalam merumuskan strategi pemasaran rujak Aceh yang lebih efektif. Pemanfaatan momen musiman dan penyesuaian strategi promosi pada bulan-bulan tertentu perlu dilakukan agar usaha tetap stabil dan kompetitif sepanjang tahun.

Meskipun Rujak Goyang Lidah memiliki potensi pasar yang menjanjikan, usaha ini masih menghadapi berbagai kendala yang dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutannya. Salah satu permasalahan utama adalah keterbatasan modal, yang berdampak pada pengadaan bahan baku berkualitas dan ketidakstabilan biaya operasional akibat fluktuasi harga di pasaran. Sehingga persaingan yang semakin ketat antar pedagang menuntut strategi pengelolaan usaha yang lebih modern dan adaptif. Namun demikian, Rujak Goyang Lidah masih mengandalkan metode dagang tradisional, seperti penjualan langsung di lokasi tanpa dukungan sistem digital, dan belum memanfaatkan teknologi secara optimal dalam kegiatan pemasaran. Rendahnya pemahaman terhadap pemasaran digital serta keterbatasan dalam keterampilan teknologi menjadi hambatan dalam memperluas jangkauan promosi, yang hingga kini masih terbatas pada konsumen lokal. Akibatnya, potensi pemesanan online belum tergarap maksimal, sehingga volume penjualan dan daya saing usaha sulit untuk ditingkatkan di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dilaksanakan studi ini, tujuan dari studi ini yakni guna mencari tahu strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan Rujak Aceh pada usaha Rujak Goyang Lidah di Gampong matang panyang kecamatan baktiya barat kabupaten Aceh Utara.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang

dapat diterapkan pada UMKM rujak Goyang Lidah di Gampong Matang Panyang Kecamatan Baktiya Barat.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian dan penjelasan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Melakukan identifikasi faktor internal dan eksternal pada Rujak Goyang Lidah
2. Untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat pada Rujak Goyang Lidah

### **1.4. Manfaat penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi peneliti  
Dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada UMKM Rujak Goyang lidah
2. Bagi pengusaha  
Dapat memberikan tambahan informasi dalam pengambilan Keputusan untuk mengetahui permasalahan pada Rujak Goyang Lidah.
3. Bagi pemerintah  
Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan untuk menyelesaikan permasalahan pemasaran pada UMKM rujak goyang lidah.