

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jumlah wirausaha atau *entrepreneur* yang berkecimpung pada bidang industri menjadi hal yang sangat diperhatikan, dan hal tersebut berdampak pada pengembangan di bidang lainnya yang secara langsung memberikan surplus pada pembangunan ekonominya. Keberadaan usaha kecil sebenarnya sangat berperan dalam kegiatan perekonomian nasional, baik dalam penciptaan lapangan komersial maupun dalam andilnya menyerap tenaga kerja yang tersedia. Tetapi, seiring dengan berkembangnya dunia usaha menyebabkan kompetisi di antara pengusaha menjadi lebih ketat. Kurangnya produk yang memiliki nilai tambah yang mendukung persaingan serta minimnya pengetahuan tentang siasat atau strategi di dalam memasarkan dan mengenalkan produk akan mengakibatkan penurunan penjualan produk.

Dari fenomena tersebut mendesak para pemilik usaha untuk dapat bersaing dengan lebih kompetitif, sehingga mampu menjaga eksistensi sebuah usaha yang bisa dikembangkan menjadi lebih baik. Tetapi, dalam upaya mendukung hal tersebut diperlukan sebuah strategi bisnis yang baik dan tepat. Di dalam memutuskan sebuah strategi, sangat penting untuk memahami dan mengevaluasi kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman (metode SWOT) dari produk yang anda miliki untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Toko Mekar Sari Kue adalah usaha kecil yang bergerak pada sektor industri makanan yang memiliki peminat dengan jumlah yang banyak. Dengan tekstur yang lembut dimulut dan harganya yang bisa dijangkau oleh semua kalangan masyarakat menjadikannya pilihan ideal untuk menyajikannya di waktu kumpul keluarga atau teman.

Toko Mekar Sari Kue yang sudah berdiri selama kurang lebih 4 tahun memiliki produk andalan yang di kenal dengan nama "Kue Lapis Legit". Produk ini telah disertifikasi dan di sahkan kehalalan dan kualitasnya oleh sebuah lembaga, yaitu LPPOM MUI yang berada di Kota Bekasi. Pangan halal telah terdaftar yang melibatkan banyak pihak terkait dalam memperoleh SKDU atau surat yang

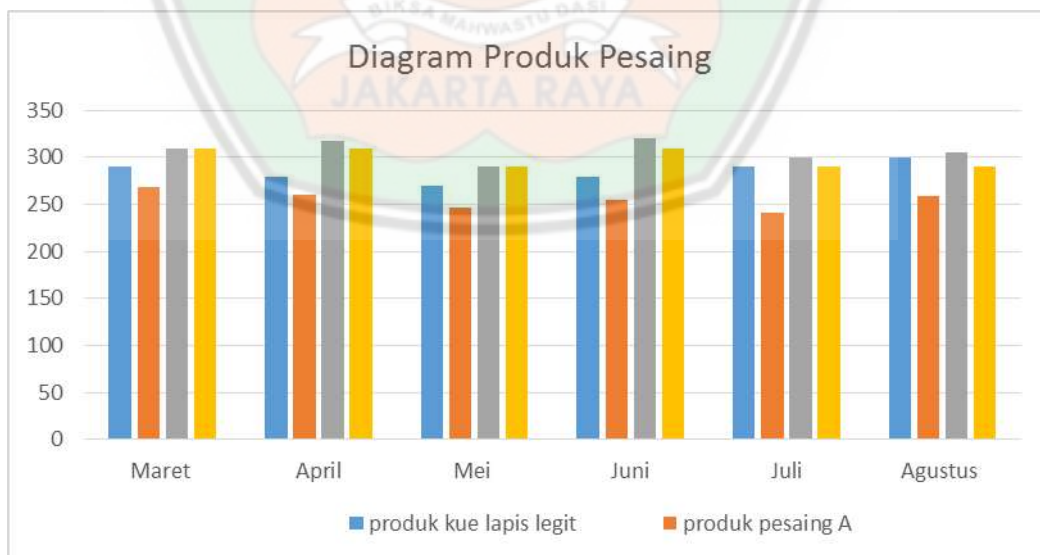
memaparkan sebuah tempat usaha, dan juga sudah terdaftar di instansi terkait pengelola pangan di tahap proses mendapatkan sertifikasi. Tetapi “Kue Lapis Legit” ini belum terlalu dikenal atau populer, sehingga jumlah penjualannya tidak meningkat signifikan, dan penjualannya hanya bertahan pada jumlah yang sama, sehingga tingkat keuntungannya juga tidak meningkat.

Tabel 1 1 Perbandingan Penjualan Produk Lapis Legit dengan Produk Pesaing

Bulan	Kue Lapis Legit (pcs)	Produk Pesaing A (pcs)	Produk Pesaing B (pcs)	Produk Pesaing C (pcs)
Maret	290	269	310	310
April	280	260	317	310
Mei	270	246	290	290
Juni	280	255	320	310
Juli	290	241	300	290
Agustus	300	259	305	290
Rata-rata	285	255	307	300

Sumber : Toko Mekar Sari dan Pesaing A, B, C (2019)

Berikut adalah grafik yang menunjukkan jumlah penjualan produk “Kue Lapis Legit” dan dibandingkan dengan produk pesaing A,B, dan C.



Gambar 1. 1 Perbandingan Penjualan Produk Kue Lapis Legit dengan Produk Pesaing

Sumber : Pengolahan Data (2020)

Dari tabel dan grafik diatas menunjukkan hasil penjualan dari “Kue Lapis Legit” yang dibandingkan dengan produk pesaing A,B, dan C yang diambil datanya mulai bulan Maret 2019 – Agustus 2019. Dan hasilnya menjelaskan bahwa jumlah rata-rata dari penjualan produk “Kue Lapis Legit” berada diurutan ketiga dibandingkan pada produk A,B, dan C yang memiliki produk dengan jenis yang sama. Hal tersebut menerangkan produk “Kue Lapis Legit” kalah bersaing dibandingkan dengan produk lainnya dengan jenis yang sama. Dari kondisi tersebut, perlu adanya pengkajian dalam menganalisis strategi dalam pemasaran produk dengan metode SWOT.

Tabel 1 2 Perbandingan harga produk kue lapis legit dengan produk pesaing A,B, dan C

Produk	Harga
Kue Lapis Legit	Rp. 30.000
Pesaing A	Rp. 40.000
Pesaing B	Rp. 33.000
Pesaing C	Rp. 32.000

Berikut adalah penjelasan mengenai perbandingan dari bahan baku dan kandungannya dengan produk pesaing A,B, dan C

Tabel 1 3 Perbandingan bahan baku dan perbandingan kandungan

Nama – Nama Penjual	Perbandingan Bahan Baku	Perbandingan Kandungan
Produk Kue Lapis Legit	<ul style="list-style-type: none"> - 20 butir Telur - 500 gram mentega blue band - 250 gram gandum - 500 gram gula halus - 2 bungkus vanili 	<ul style="list-style-type: none"> - Lemak jenuh 41,39 - Protein 6,28g - Kolesterol 436 g - Serat 1,6 g - Gula 22,21 g
Pesaing A	<ul style="list-style-type: none"> - 25 butir Telur - 500 gr Gula - 2 bungkus vanili - 200gr butter/mentega - ½ kaleng susu - 1 bungkus Agar2 plain - Keju - Secukupnya pasta pandan 	<ul style="list-style-type: none"> - Kalori 511 - Lemak 41,39 g - Karbohidrat 31,07 g - Protein 6,28 - Gula 21,44 g - Kalium 103 mg - Vitamin a 41 mcg - Vitamin b1 0,21 mg

Pesaing B	<ul style="list-style-type: none"> - 400 gram putih telur - 1 sdm emulsifier - 150 gram gula pasir - 200 gram gula merah, sisir halus - 50 gram susu bubuk - 100 gram tepung ketan - 1 sendok bubuk spekkuk - Sejumput garam 	<ul style="list-style-type: none"> - Protein 6,6 gr - Karbohidrat 55,5 gr - Lemak 15,7 gr - Fosfor 136 miligram - Zat besi 1,9 gram - Vitamin a sebanyak 137 iu
Pesaing C	<ul style="list-style-type: none"> - 1 gelas tepung beras - ½ gelas tepung kanji - 1/3 gelas gula - 1 saset santan instan - ½ sendok garam - 2 gelas air - Selera warna makanan sesuai 	<ul style="list-style-type: none"> - Fosfor 136 mg - Kalsium 16 mg - Serat pangan 0,50 mg - Protein 6,60 g

Sumber : Toko Mekar Sari dan Pesaing A, B, C (2019)

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan, berikut adalah identifikasi masalah dari permasalahan dan fenomena yang ada:

1. Penjualan produk “Kue Lapis Legit” yang kurang bersaing dibandingkan dengan produk pesaing dengan jenis yang sama, dengan nilai peringkat 3 dari 4 produk, maka diperlukan suatu strategi pemasaran yang baik serta tepat untuk meningkatkan penjualan dari “Kue Lapis Legit”.
2. Jumlah penjualan dengan rasio yang tidak meningkat pada bulan Maret 2019 – Agustus 2019.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari identifikasi masalah yang sudah didapatkan, peneliti membuat rumusan masalahnya adalah bagaimana rancangan atau rencana untuk membuat strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan dengan menggunakan analisa SWOT?

1.4 Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melakukan batasan untuk melingkup pembahasan. Berikut adalah batasan masalah yang ditetapkan pada skripsi ini:

1. Pengambilan data dilakukan di Toko Mekar Sari dengan meneliti pada produk “Kue Lapis Legit”.
2. Pengamatan yang dilakukan yaitu data penjualan pada bulan Maret 2019 – Agustus 2019
3. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT

1.5 Tujuan Penelitian

Pembahasan tentang tujuan penelitian pada skripsi ini adalah:

Menentukan sebuah strategi pemasaran yang baik dan tepat untuk meningkatkan volume penjualan “Kue Lapis Legit” dengan metode SWOT.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan solusi serta manfaat yang bisa digunakan sebagai sebuah informasi atau acuan. Berikut adalah penjabaran dari manfaat penelitiannya:

1. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan, sebagai bekal bagi peneliti dalam melakukan penyelesaian sebuah masalah di lapangan.
2. Memberikan solusi dalam penyelesaian masalah di Toko Mekar Sari mengenai penjualan produk.
3. Menjadi acuan dalam penentuan sebuah strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan dengan metode SWOT.

1.7 Waktu dan Tempat penelitian

1.7.1 Waktu

Waktu pelaksanaan penelitian ini berlangsung mulai Maret 2019 –

Agustus 2019.

1.7.2 Tempat

Lokasi penelitian bertempat di Toko Mekar Sari Kue yang berlokasi di Jl. Bojong Koneng No.RT/005/002,telaga murni ,kec.Cikarang Barat,Bekasi, Jawa Barat 17530.

1.8 Metodologi Penelitian

Di dalam pembuatan skripsi ini, metode yang digunakan adalah:

1. Observasi
Melakukan pengamatan langsung di lapangan mengenai kondisi yang ada
2. Wawancara
Melakukan tanya jawab kepada pelaku usaha dan pelanggan
3. Studi Pustaka
Mengambil referensi seperti buku, jurnal, dan literatur lainnya yang mendukung penelitian ini.

1.9 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam skripsi ini tersusun dari beberapa bab dan setiap babnya memuat informasi dan penjelasan penelitian. Hal ini dilakukan untuk membuat pembahasan menjadi lebih spesifik dan sistematis. Berikut penjelasannya:

BAB I PENDAHULUAN

Memuat latar belakang, tujuan penelitian, manfaat penelitian, rumusan masalah, tempat dan waktu penelitian dilakukan, batasan dari masalah, metode dalam pengumpulan data, serta sistematika dalam penulisannya.

BAB II LANDASAN TEORI

Memuat tentang teori dari para ahli dan sumber yang mendukung dalam penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi metode yang digunakan dalam penelitian

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang analisa dan pembahasan dari masalah yang diteliti yaitu analisa strategi pemasaran sebuah produk.

BAB V PENUTUP

Menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang bisa menjadi acuan dalam pengembangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

