

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri makanan atau kuliner adalah salah satu industry yang paling banyak diminati, dengan sedikit resiko, tanpa musim, dan omset yang menggiurkan. Potensi keuntungan yang tinggi menjadikan banyak masyarakat terjun untuk menjadikan bisnis makanan ringan menjadi pilihan bisnis bagi mereka. Ada yang membuka bisnis makanan ringan dengan skala yang besar, maupun berskala kecil. Hal tersebut bergantung kepada target pasar yang dituju dan sumber daya yang dimiliki. Kesempatan dalam berusaha sangat menjadi terbuka lebar dikarenakan banyak yang ikut serta terutama para pelajar dari berbagai kalangan di Indonesia yang meliputi pendidikan di Bekasi.

Dengan berkembangnya usaha *Cheese Stick* Nenek Gathan ini juga melibatkan berbagai strategi bisnis yang digunakan dalam mencapai tujuan usaha. Suatu usaha tidak dapat terlepas dari strategi dalam mempertahankan kelangsungan bisnis usaha tersebut. Strategi perusahaan sangat dibutuhkan untuk bertahan hidup di dalam tengah persaingan antar usaha yang makin ketat, karena dalam setiap harinya datang bisnis-bisnis *UKM* yang baru, dan siap untuk bersaing satu sama lain.

Dunia saat ini tengah waspada dalam menghadapi kemunculan virus baru yang muncul pada akhir Desember 2019 lalu di pergantian tahun 2020, yang berasal dari kota Wuhan, provinsi Hubei, China yang terus menyebar hingga saat ini. Dengan adanya virus ini tentu membuat setiap masyarakat tetap menjaga kesehatan dan memperkuat daya tahan tubuh. Diantaranya untuk memperkuat daya tahan tubuh atau meningkatkan immune yaitu dengan cara mengkonsumsi makanan yang sehat dan mengkonsumsi sayur-sayuran.

Sektor *UMKM* yang menjadi penyumbang *PDB* terbesar dan dapat menjadi andalan penyerapan tenaga kerja di saat krisis seperti ini, perlu mendapat perhatian

khusus dari pemerintah, produksi barang konsumsi atau barang setengah jadi dapat diganti. Dampak perlambatan ekonomi akibat virus Covid-19 terhadap *UMKM*, serta bagaimana upaya pemerintah untuk meningkatkan *UMKM* dalam rangka memitigasi perlambatan ekonomi akibat virus Covid-19. Virus Covid-19 telah menyebar ke seluruh dunia sejak ditemukan pada akhir tahun 2019. Dampak resesi ekonomi global mulai terlihat di dalam negeri, berkat penyebaran Covid-19 yang begitu cepat.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (*UMKM*) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia, unit usaha *UMKM* menyumbang 99,9% dari seluruh unit usaha di Indonesia, atau 62,9 juta. Perlambatan industri pariwisata berdampak pada sektor *UMKM*. Menurut data statistik yang dihimpun P2E LIPI, dampak kemerosotan wisatawan terhadap *UMKM* di industri mikro makanan dan minuman sebesar 27 persen. Usaha kecil makanan dan minuman akan terpengaruh sebesar 1,77 persen, sedangkan perusahaan besar akan terpengaruh oleh 0,07 persen. Virus Covid-19 akan berdampak 17,03 persen terhadap unit kerajinan kayu dan rotan, usaha mikro. 1,77 persen untuk usaha kecil pada industri kerajinan kayu dan rotan, dan 0,01 persen untuk usaha besar. Sementara itu, konsumsi rumah tangga diperkirakan meningkat 0,5 - 0,8 persen.

Sebagai salah satu UKM di industry makanan, bisnis makanan ringan berupaya memberi dan menyampaikan sesuai khas guna menarik lebih banyak pelanggan. Dengan berusaha mempertahankan atau meningkatkan layanan meskipun tidak memerlukan biaya. Meski demikian, apakah keluhan pelanggan tidak puas dengan layanan dalam arti terdapat ketidaksesuaian antara harapan dan kebutuhan pelanggan. Keluhan pelanggan akan tetap ada.

Usaha makanan ringan *Cheese Stick* Nenek Gathan menggunakan sistem produksi *MTO* (Make To Order), dimana pihak penjual akan memproduksi produk berdasarkan jumlah permintaan pada periode bulan sebelumnya. Peramalan akan sangat membantu penjualan *Cheese Stick* Nenek Gathan menentukan jumlah produksi yang paling efisien untuk menghindari kerugian. Data peramalan juga

akan membantu pihak penjual untuk menentukan strategi pemasaran pada periode yang akan datang.

Dalam kurun waktu 2 tahun. *UKM cheese stick* mengalami penurunan keuntungan yaitu pada tahun 2019 pada bulan juli sampai bulan desember dan selanjutnya mulai terlihat perkembangan yang cukup baik namun belum sebaik tahun pertama. Dalam 1 bulan *UKM Cheese Stick* dapat memproduksi 300 kantong / 500gr tergantung sesuai dengan pesanan yang diterima. Hal ini terjadi disebabkan dari beberapa banyak usaha yang sejenis dimana untuk posisi Cheese Stick nenek Gathan pada urutan ke 3. Jumlah penjualan *Cheese Stick* dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1 Penjualan Cheese Stick tahun 2019**

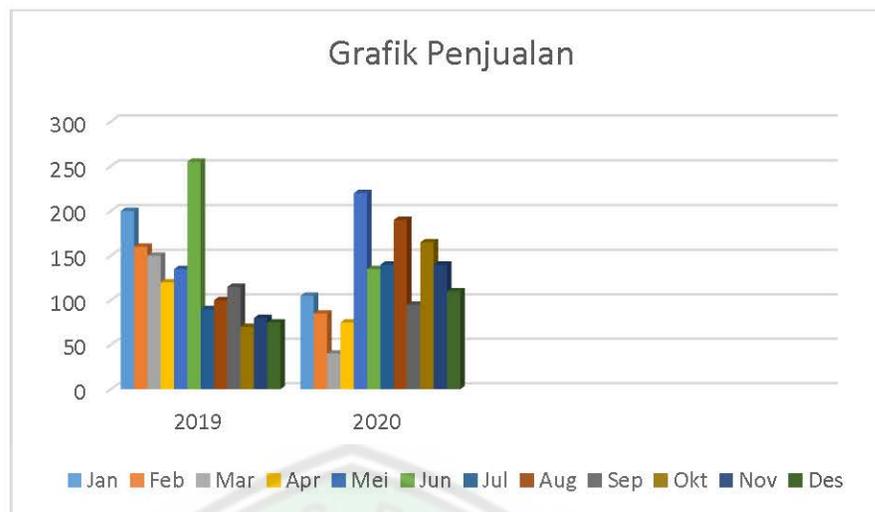
Bulan	Penjualan <i>Cheese Stick</i> / Pcs	Pendapatan Bruto (Rp)	Total Biaya Produksi (Rp)	Keuntungan Perbulan (%)	Pendapatan Netto (Rp)	Akumulasi Keuntungan Perbulan Dalam 1 Tahun
Januari	200	16.000.000	8.000.000	50%	8.000.000	12.96%
Februari	160	12.800.000	6.400.000	50%	6.400.000	10.36%
Maret	150	12.000.000	6.000.000	50%	6.000.000	9.72%
April	120	9.600.000	4.550.000	50%	4.550.000	7.37%
Mei	135	10.800.000	5.400.000	50%	5.400.000	8.74%
Juni	255	20.400.000	10.200.000	50%	10.200.000	16.52%
Juli	90	7.200.000	3.600.000	50%	3.600.000	5.83%
Agustus	100	8.000.000	4.000.000	50%	4.000.000	6.48%
September	115	9.200.000	4.600.000	50%	4.600.000	7.45%
Oktober	70	5.600.000	2.800.000	50%	2.800.000	4.53%
November	80	6.400.000	3.200.000	50%	3.200.000	5.18%
Desember	75	6.000.000	3.000.000	50%	3.000.000	4.86%
Jumlah					60.000.000	100%

(Sumber : Data Perusahaan)

Tabel 1.2 Penjualan Cheese Stick tahun 2020

Bulan	Penjualan <i>Cheese Stick</i> /Pcs	Pendapatan Bruto (Rp)	Total Biaya Produksi (Rp)	Keuntungan Perbulan (%)	Pendapatan Netto (Rp)	Akumulasi Keuntungan Perbulan Dalam 1 Tahun
Januari	105	8.400.000	4.200.000	50%	4.200.000	7.00%
Februari	85	6.800.000	3.400.000	50%	3.400.000	5.67%
Maret	40	3.200.000	1.600.000	50%	1.600.000	2.67%
April	75	6.000.000	3.000.000	50%	3.000.000	5.00%
Mei	220	17.600.000	8.800.000	50%	8.800.000	14.67%
Juni	135	10.800.000	5.400.000	50%	5.400.000	9.00%
Juli	140	11.200.000	5.600.000	50%	5.600.000	9.33%
Agustus	190	15.200.000	7.600.000	50%	7.600.000	12.67%
September	95	7.600.000	3.800.000	50%	3.800.000	6.33%
Oktober	165	13.200.000	6.600.000	50%	6.600.000	11.00%
November	140	11.200.000	5.600.000	50%	5.600.000	9.33%
Desember	110	8.800.000	4.400.000	50%	4.400.000	7.33%
Jumlah					61.750.000	100%

(Sumber : Data Perusahaan)



Gambar 1.1 Data penjualan Cheese Stick Nenek Gathan Bulan Januari 2019 – Desember 2020

Berdasarkan dari data tabel dan grafik di atas bahwa perkembangan keuntungan yang diperoleh dalam kegiatan UKM *Cheese Stick* dalam kurung waktu 2 tahun. Pada tahun 2019 (I) keuntungan mencapai Rp. 30.350.000, pada bulan Januari – Juni tahun 2019 (II) keuntungan menurun menjadi Rp. 18.200.000 pada bulan Juli – Desember. Selanjutnya pada tahun kedua kondisi perusahaan menurun drastis, pada tahun 2020 bulan Januari – Juni (I) Rp. 21.000.000, pada tahun 2020 (II) keuntungan yang dicapai Rp. 29.200.000, pada bulan Juli - Desember. Selanjutnya mulai terlihat ada perkembangan yang cukup baik namun belum sebesar pada tahun yang pertama.

Menurut “Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2010 jumlah penduduk di Indonesia terdapat 237.641.326 jiwa. Pada tahun 2019 untuk jumlah penduduk di Provinsi Jawa Barat sebanyak 49.316.712 jiwa. Sedangkan pada tahun 2019 jumlah penduduk di Kota Bekasi sebanyak 3.003.923 jiwa.” Berikut ini melihat potensi pasar yang akan diperoleh dari data jumlah penduduk yaitu lokasi pemasaran Cheese Stick Nenek Gathan. Untuk saat ini Cheese Stick Nenek Gathan hanya memproduksi sesuai dengan pesanan saja, dan untuk setiap perbulannya telah memiliki pelanggan lebih dari 50 orang. Pada bulan Juli (2019) – Juni (2020)

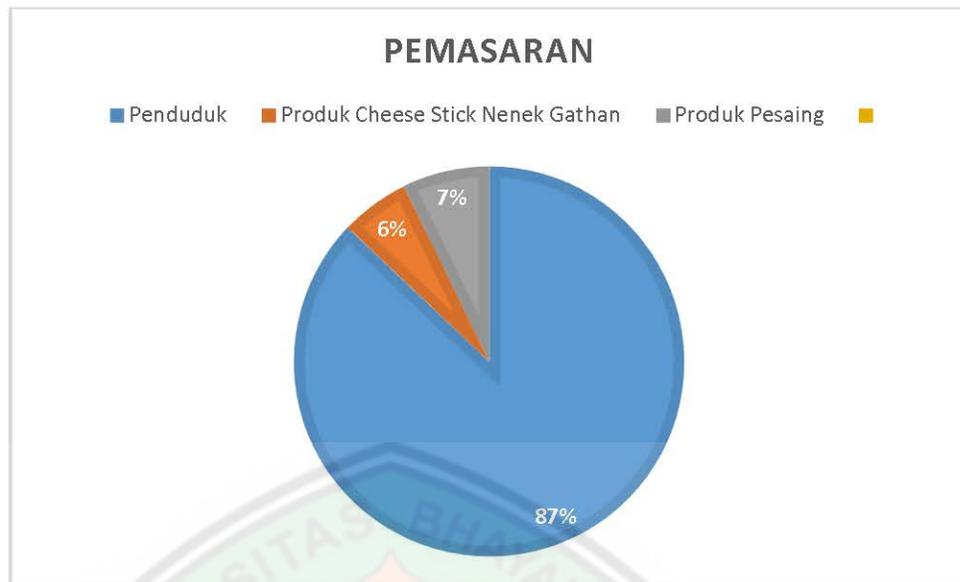
terlihat penurunan mengingat persaingan dengan kompetitor lain Cheese Stick XYZ sehingga dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1.3 Jumlah Produk Cheese Stick Nenek Gathan dengan Produk Pesaing

Bulan	Produk Cheese Stick Nenek Gathan	Produk Cheese Stick XYZ (Pesaing)
Juli	90	123
Agustus	100	142
September	115	126
Oktober	70	94
November	80	110
Desember	75	97
Januari	105	147
Februari	85	117
Maret	40	68
April	75	91
Mei	220	231
Juni	135	143
Rata-Rata	99	124

Sumber : Observasi 2021

Berikut ini Pie Chart yang melihat potensi pasar pada bulan Juli (2019) – Juni (2020) yang akan di peroleh dari data jumlah penduduk.



Sumber : Pengolahan Data 2021

Dari Pie Chart di atas terlihat potensi pasar masih sangat besar. Maka dari hal tersebut dapat dianalisa upaya apa untuk meningkatkan penjualan yang optimal.

### 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Telah terjadi penurunan penjualan Cheese Stick pada bulan Juli 2019 – Juni 2020.
2. Belum adanya strategi penjualan yang sesuai dan optimal guna mendukung pengembangan usaha cheese stick nenek gathan.
3. Besarnya persaingan usaha yang sejenis di sekitar wilayah penjualan.

### 1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana upaya penerapan strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan *Cheese Stick* ?
2. Strategi pemasaran apa yang tepat untuk diterapkan guna meningkatkan penjualan *Cheese Stick*?
3. Bagaimana penerapan strategi pemasaran guna menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam usaha yang sejenis ?

#### **1.4 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Penelitian ini hanya membahas strategi pengembangan dan tidak membahas finansial *UKM* di Bekasi dengan cara penyebaran kuesioner.
2. Matriks yang digunakan merupakan *QFD* yaitu *House Of Quality (HOQ)* untuk mendapatkan faktor internal dari perusahaan dengan kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*) selanjutnya dianalisa menggunakan *SWOT* dan *BPMN (Business Process Model and Notation)*.
3. Penelitian ini menggunakan satu *UKM* sebagai pesaing, yang menjadi pesaing utama.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menentukan rencana pemasaran yang sesuai dan tepat untuk meningkatkan penjualan dan mengkaji aspek-aspek strategis yang dilakukan oleh *UKM* baik dari segi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada menggunakan analisa *SWOT* dan *QFD* sebagai penunjang dalam analisis *SWOT*.
2. Untuk menginventarisir hal-hal yang menjadi penyebab terjadinya penurunan penjualan *cheese stick* *nenek gathan* pada periode 1, 2, 3.
3. Untuk mengatasi kompetitor usaha yang semakin tinggi menggunakan *BPMN*.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Bagi Penulis**

Sebagai pemenuhan Tugas Akhir yang memuat informasi berguna bagi perusahaan untuk menentukan strategi demi perkembangan dan juga kelangsungan hidup usahanya.

## 2. Bagi Perusahaan

Sebagai kajian dalam analisis faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi perusahaan serta kiat-kiat strategi yang harus diterapkan.

### 1.6 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi langsung *UKM Cheese Stick* yang berlokasi di Jl. Rawa Semut Kelurahan Margahayu Kecamatan Bekasi Timur, untuk mendapatkan data yang valid.

### 1.7 Metode Penelitian

Sesuai dengan rencana penulis, maka penulisan mengadakan observasi dan penelitian, adapun metode yang digunakan, antara lain:

1. Melakukan studi pustaka guna mendukung penulisan skripsi.
2. Melakukan wawancara terhadap pihak yang terkait untuk membantu dalam kelancaran penyusunan skripsi.
3. Menggunakan metode *QFD*, *SWOT*, dan *BPMN*.

### 1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan yang digunakan mencakup keseluruhan isi penulisan yang diuraikan oleh masing-masing bab. Sistematika penulisan dibuat sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang pemilihan judul, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan yang akan dibahas, tujuan penulisan, metode penelitian, sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini akan menjelaskan tentang dasar-dasar dan landasan teoritis yang berhubungan dengan pengertian pemasaran, istilah-istilah dalam konsep pemasaran, peranan manajemen pemasaran dalam perubahan, strategi pemasaran.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang kerangka dan bagan dari alur penelitian, teknik yang digunakan, model yang digunakan, pembangunan dan pengembangan model, alat, bahan atau materi, tata cara penelitian dan data yang akan dikaji serta cara analisis yang digunakan.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan bagaimana memeriksa data yang dikumpulkan selama penelitian. Tabel dan grafik akan digunakan untuk menggambarkan hasil pengolahan data. Selanjutnya hasil penelitian dikaji, dan hasil tersebut dimodifikasi menjadi tujuan penelitian sehingga dapat dibuat rekomendasi.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan dari analisis dan saran atas hasil yang diperoleh, serta kesulitan yang ditemukan selama penelitian, perlu dibuatnya rekomendasi yang akan diteliti pada penelitian selanjutnya.

### **DAFTAR PUSTAKA**