

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Martabak manis merupakan salah satu produk jajanan makanan ringan yang sangat banyak digemari oleh banyak konsumen. Rasanya yang manis dan terjangkau harganya yang ditawarkan menjadikan olahan jajanan tersebut sering dijadikan sebagai alternatif teman waktu santai bersama keluarga maupun saudara sekalipun. Seiring banyaknya permintaan dari konsumen, kini martabak manis mulai diinovasikan ke dalam berbagai macam rasa, seperti beberapa tambahan topping yang dapat direquest.

Namun, belakangan ini perkembangan dan kemajuan dunia usaha telah menimbulkan persaingan yang belakangan ini semakin ketat. Minimnya daya saing produk dan kurangnya dari pengetahuan strategi dalam pemasaran dan promosi, dapat menimbulkan kemunduran produk yang dihasilkan.

UMKM El-Gans merupakan salah satu dari banyaknya pelaku usaha yang kini berfokus pada industri makanan yaitu martabak manis. Mereka melangsungkan usahanya yang kini sudah hampir berjalan 2 tahun dengan nama produk “Martabak Manis & Telur El-Gans” yang sudah bersertifikasi halal Berikut ini adalah data tabel dan grafik penjualan target martabak manis El-Gans. Akan tetapi untuk penjualan dari martabak manis El-Gans rendah, dan untuk pemilihan topik berfokus pada penjualan martabak manis karena dari keuntungan sendiri sangat besar.

Dalam hal ini memaksa agar produsen dapat bersaing secara lebih kompetitif agar bisa mempertahankan keberlangsungan dari usahanya dan bisa menjadikan lebih sukses, maka itu perlu suatu strategi usaha yang tepat. Dalam menentukan strategi usaha perlu memperhatikan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman (metode SWOT) sangat perlu untuk kita ketahui atau menilai kondisi produk yang di miliki sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen.

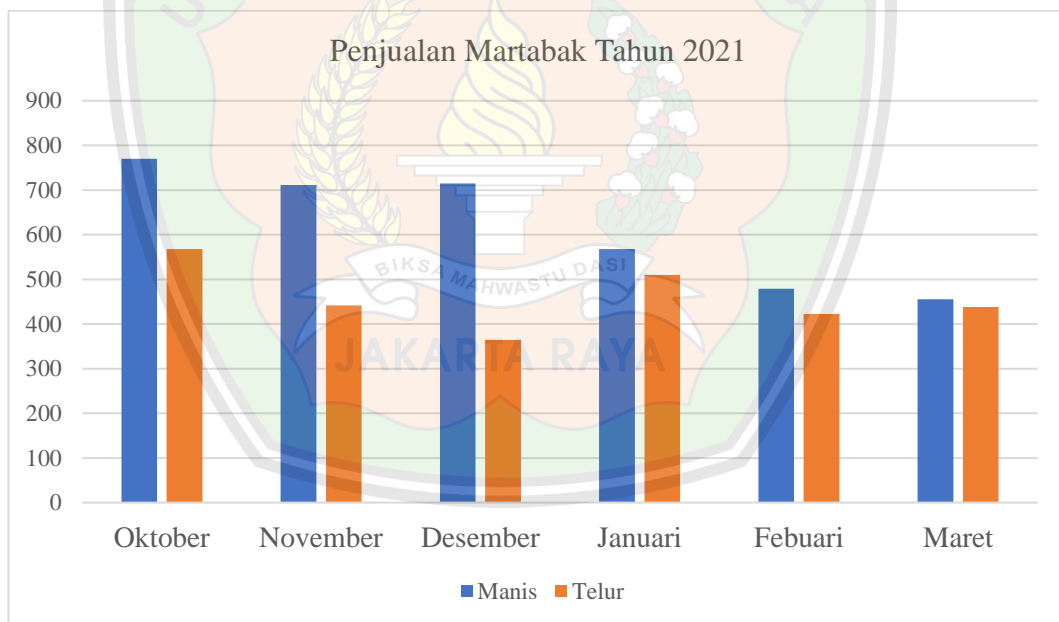
Di bawah ini adalah data tabel dari target penjualan dari martabak manis El-Gans selama 6 bulan mulai dari Oktober 2021 sampai dengan Maret 2022:

Tabel 1. 1Penjualan Martabk El-Gans

No	Jenis Varian	Target Penjualan Per 6 Bulan Oktober 2021 – Maret 2022 (Loyang)	Jumlah Aktual Penjualan (Loyang)	Presentase %
1	Manis	5500	3698	67%
2	Telur	5000	2726	54%

Sumber pengolahan data 2021/2022

Tabel 1.1 di atas menjelaskan bahwa target Penjualan dan aktual penjualan tidak tercapai pada bulan Oktober 2021 – Maret 2022 di toko martabak manis El-Gans.



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Martabak El-Gans Kurun Waktu 6 Bulan
Sumber pengolahan data 2021/2022

Berdasarkan dari data tabel 1.1 dan grafik 1.1 diatas bahwa data penjualan terbanyak selama enam bulan terakhir adalah martabak manis, namun meskipun penjualan martabak manis ini memperoleh penjualan terbanyak, akan tetapi penjualan martabak manis mengalami penurunan pada bulan januari hingga maret,

sedangkan martabak telur mengalami kenaikan dan penurunan dari oktober hingga desember dan kembali mengalami penurunan sampai maret. Selanjutnya perlu adanya strategi pemasaran yang cocok agar dapat meningkatkan kembali dari penjualan martabak.

Tabel 1. 2 Jumlah Pendapatan Selama 6 Bulan Periode Oktober 2021 sd Maret 2022

No	Varian	Harga (Rp)	Penjualan (Loyang)	Total (Rp)
1	Manis	25.000	3698	92.450.000
2	Telur	30.000	2726	81.780.000
Total				174.230.000

Sumber pengolahan data 2021/2022

Tabel 1.2 di atas menjelaskan tentang hasil pendapatan yang didapatkan oleh outlet martabak El-Gans selama 6 bulan yaitu dari bulan Oktober 2021 sampai Maret 2022, dapat dilihat pada tabel 1.2 di atas untuk penjualan dari martabak manis El-Gans rendah, dan untuk pemilihan topik berfokus pada penjualan martabak manis karena dari keuntungan sendiri sangat besar

Berikut ini data penjualan dari martabak manis El-Gans dan para pesaing ialah sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Data Penjualan Martabak Manis Dengan Produk Pesaing

Bulan	Toko Martabak El-Gans (Loyang)	Toko Martabak Leo (Loyang)	Toko Martabak Yummy (Loyang)
Oktober	770	776	682
November	771	782	644
Desember	715	667	687

Januari	568	621	693
Febuari	479	692	640
Maret	455	697	622
Rata-rata	627	705	662

Sumber pengolahan data 2021/2022

Dapat dilihat pada tabel 1.3 di atas menjelaskan tentang rata-rata penjualan produk yang di jual dalam jangka waktu 6 bulan. Sedangkan untuk para pesaing di atas bisa dikategorikan sebagai pesaing ketat yang menawarkan produk jajanan yang sama yang ditawarkan kepada konsumen. Dari tabel ini penulis mengambil 2 sampel pesaing yaitu toko martabak manis Yummy dan toko martabak manis Leo, dengan jarak radius kurang lebing 100-200 meter dan masih di dalam wilayah daerah dari jalan KH.Masud.

Pada tabel 1.3 menjelaskan bahwa penurunan drastis terjadi pada awal tahun yaitu bulan januari hingga maret, ini dapat terjadi karena faktor karyawan yang izin pulang dan digantikan oleh karyawan baru namun untuk kemampuan yang dimiliki oleh karyawan pengganti masih belum bisa atau kurang berkompeten dalam membuat martabak manis.

Untuk itu penulis menganalisis permasalahan yang saat ini terjadi pada UMKM martabak manis El-Gans menggunakan menggunakan metode SWOT dan *Quantitative Strategic Planing Matrix* (QSPM) guna meningkatkan penjualan dari martabak manis El-Gans

Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul ini, karena latar belakang saya sebelumnya berkerja sampingan sebagai ojek *online* makanan (*shopee food*) dan sering mendapatkan orderan online di UMKM martabak manis El-Gans dan owner sering mengeluhkan soal penjualannya yang mengalami penurunan.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah-masalah dalam objek penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Pengusaha belum bisa mencapai dari target penjualan dari martabak manis.
2. Hasil penjualan martabak manis dalam kurun waktu 3 bulan terakhir menurun.

1.3. Rumusan Masalah

Teruntuk meningkatkan hasil dari penjualan terlebih pada produk martabak manis, Maka dari itu penulis dapat mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Faktor internal dan eksternal apa saja yang dapat mempengaruhi penjualan martabak manis El-Gans?
2. Strategi apa yang dapat diterapkan oleh toko untuk meningkatkan penjualan dari martabak manis El-Gans?

1.4. Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah bisa lebih terarah pada sasaran, penulis memberikan batasan-batasan diantaranya:

1. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah SWOT dan Quantitative Strategic Planing Matrix (QSPM).
2. Penelitian ini dilakukan pada UMKM martabak manis El-Gans di Jl KH.Masud.
3. Pengambilan data penelitian dilakukan dari bulan oktober 2021 sampai dengan maret 2022.
4. Penelitian tidak membahas segi finansial dari pengusaha UMKM martabak manis El-Gans.
5. Penelitian terbatas hingga proses analisa dan rekomendasi hasil penelitian.

Disini penulis memfokuskan penelitian hanya pada “ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN MARTABAK MANIS MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) (STUDI KASUS DI UMKM MARTABAK EL – GAN’S)”

1.5. Tujuan Penelitian

Dalam hal ini tujuan yang ingin dicapai diantaranya:

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi dari target penjualan.
2. Merencanakan strategi pemasaran yang cocok untuk meningkatkan penjualan martabak manis dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat teoritis
Berdasarkan dengan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi penelitian-penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan bidang manajemen sumber daya manusia pada umumnya.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi penulis
Agar dapat menambah pemahaman mengenai proses pembuatan martabak dan apa saja yang perlu untuk disiapkan untuk memulai sebuah usaha
 - b. Bagi Pengusaha
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pemasukan serta pertimbangan dalam melakukan perbaikan atau peningkatan penjualan produk.

c. Bagi Universitas

Untuk menambah perbendaharaan perpustakaan yang berguna dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagai perbandingan bagi mahasiswa yang akan datang.

1.7. Tempat dan Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada kios martabak El-Gans yang saat ini berlokasi di Jl. KH. Masud No.15, RW.2, Desa Tridaya Sakti, Kec. Tambun Selatan – JAWA BARAT dari tanggal 15 Maret sampai dengan 10 Mei 2022.

1.8. Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data dan fakta yang lengkap, relevan, dan objektif. Metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat langsung dari objek penelitian pengamatan (Observasi) kegiatan pengamatan lapangan secara langsung pada objek penelitian untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Dalam hal ini penelitian mengamati keadaan pada toko khususnya pada permasalahannya. Serta melakukan wawancara (Interview) Kegiatan tanya jawab yang dilakukan secara langsung kepada pihak yang terkait, seperti pemilik toko atau penjaga toko, pembeli.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat langsung dari studi dan dokumen perusahaan studi pustaka menelusuri sumber-sumber yang tercantum dalam landasan teori dan membaca artikel-artikel dan buku-buku dengan topik laporan skripsi ini.

1.9. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini, terdapat sistematika penulisan yang tersusun atas:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian

n, manfaat penelitian, waktu dan tempat, teknik pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini mengemukakan tentang landasan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini sebagai penunjang untuk mengolah, menganalisa dari data data yang diperoleh.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini merupakan penjelasan secara garis besar tentang metode penelitian ini sebagai penunjang untuk mengolah serta menganalisa dari data yang diperoleh

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan data-data yang diperoleh dari perusahaan yang selanjutnya diolah sesuai dengan materi dan metode yang digunakan, serta menyajikan pembahasan dan analisa sesuai dengan teori-teori pembahasan untuk menyelesaikan masalah yang ada.

BAB V: PENUTUP

Berisi kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisa yang telah dilakukan oleh penulis dan beberapa saran untuk penanggulangan masalah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Dalam bab ini memuat berbagai referensi buku yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini. Daftar referenensi ini dianggap valid sebagai sumber landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini.

