

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peran dari perkembangan era digital di Indonesia membuat usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia yang sangat cepat berkembang sehingga membuat para pelaku usaha mikro di Indonesia sangat diuntungkan karena adanya platform *e-commerce* yang memudahkan dalam melakukan pemasaran dan penjualan produknya hingga mampu menjangkau ke seluruh daerah di Indonesia.

Indonesia memiliki beragam potensi industri manufaktur yang ekspornya menjanjikan, salah satunya dari industri mainan. Kemenperin mencatat nilai ekspor industri mainan nasional mencapai USD383 juta sepanjang Januari-September 2022, naik 29,83 persen dibanding periode yang sama tahun sebelumnya sebesar USD295 juta. “Hingga saat ini, negara utama tujuan ekspor mainan Indonesia antara lain adalah Amerika Serikat, Singapura, Inggris, China dan Jerman,” kata Direktur Jenderal Industri Kecil, Menengah dan Aneka (IKMA).

Setiap orang harus mampu melihat setiap peluang yang datang ke permukaan pasar tanpa terikat dengan momentum tertentu atau dapat pula bermodal keterampilan untuk mencapai keuntungan. Salah satu ide usaha alternatif dimasa ini yaitu perdagangan produk boneka yang disukai oleh anak-anak hingga dewasa. Dan karena segmen ini di tunjukan untuk konsumen di umur satu tahun hingga dewasa, tidak jarang produk boneka di banyak *e-commerce* yang ada. Peluang itu hadir dari adanya kebutuhan pasar yang belum dipenuhi seluruhnya. Komponen tersebut membuat beberapa peluang usaha tahan terhadap kondisi kritis dan bisa dijalankan dengan baik.

Azzam Toys merupakan usaha yang baru hadir dalam kurun waktu berjalan 2 tahun terakhir yang ingin memenuhi kebutuhan permintaan pelanggan untuk kalangan anak kecil hingga dewasa dan dari produk pasarannya yang dijual adalah kebanyakan untuk perempuan. Saat ini azzam toys menjadi salah satu distributor resmi dari CV Ito Putra Bangsa yang menjadi salah satu produsen boneka terbesar di Bekasi. Seluruh jenis boneka yang di produksi oleh CV Ito Putra Bangsa telah tersedia di toko azzam toys yang terletak pada rumah pribadi pemilik Azzam Toys di Kp. Karang Mulya RT.02/RW.08 No.3, Desa Karang

Satria, Kec. Tambun Utara, Kab. Bekasi, Jawa Barat. Seluruh boneka yang di pasok oleh CV Ito Putra Bangsa kemudian akan di distribusikan oleh Azzam toys ke seluruh *customer* di seluruh indonesia.

Azzam toys yang menjadi distributor resmi dari CV Ito Putra Bangsa menawarkan boneka dengan berbagai macam jenis boneka dan yang terjual laris seperti boneka berbentuk boba milk tea, bantal BTS, boneka doraemon dan lain lain. Bisa dilihat lebih jelasnya gambar produk yang dijual Azzam toys seperti gambar dibawah ini.



Gambar 1.1 Variasi Boneka Azzam Toys

Sumber : Dokumentasi Azzam Toys (2022)

Produk yang dijual Azzam Toys dengan kisaran harga Rp5.000 -, sampai dengan Rp350.000 -, Boneka Azzam Toys ini dalam usahanya masih terus dilakukannya inovasi dan pengembangan, usaha ini masih dalam masa pertumbuhan.

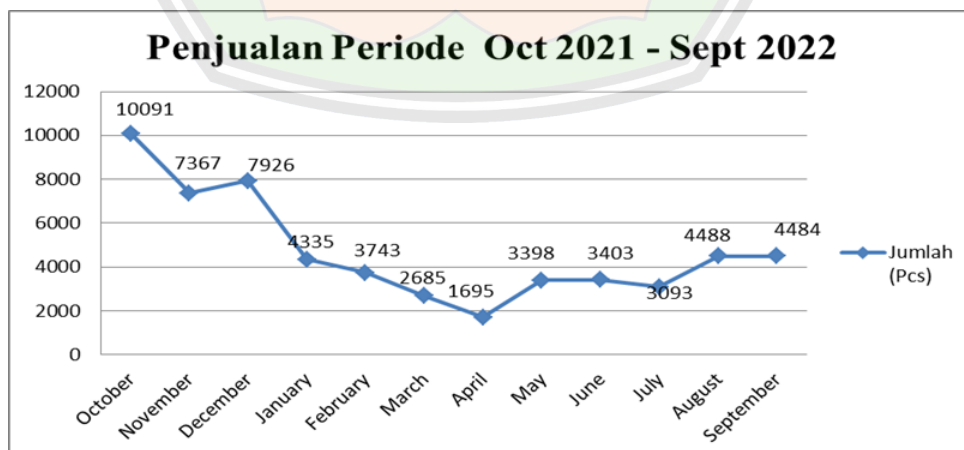
Berikut data penjualan boneka setiap bulannya pada tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1 Data Penjualan Boneka Periode Oktober 2021 - September 2022

Periode	Jumlah (Pcs)
October	10091
November	7367
December	7926
January	4335
February	3743
March	2685
April	1695
May	3398
June	3403
July	3093
August	4488
September	4484
Total	56708

Sumber : Dokumentasi Azzam Toys (2022)

Berdasarkan data penjualan boneka yang ditawarkan yang menunjukkan naik turun terhadap konsumen dan tidak sama antar ketertarikan konten dengan penjualan perbulannya. Penjualan yang menyebabkan fluktuatif karena dampak pandemi Covid-19 yang berlangsung selama 3 tahun, sehingga konsumen lebih mementingkan kebutuhan primer. Berdasarkan pada tabel 1.1 total boneka yang berhasil dijual pada satu tahun terakhir adalah sebanyak 56.708 pcs. Untuk lebih jelas nya bisa dilihat grafik penjualan boneka tertera pada gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1.2 Grafik Penjualan Oktober 2021 - September 2022

Sumber : Dokumentasi Azzam Toys (2022)

Bisa dilihat dari grafik pada gambar 1.2 dimana terjadinya fluktuatif penjualan yang dialami oleh azzam toys, sehingga profit yang dihasilkan oleh penjual boneka ini mengalami turun naik, hal tersebut disebabkan karena Azzam Toys belum bisa bersaing mengalahkan penjualan dari beberapa pesaingnya dengan karakteristik usaha *home industry* boneka yang hampir sama jenisnya, dimana keduanya memiliki pesaing *store offline* dan *online* yang ditunjukkan pada tabel 1.2.

Tabel 1.2 Data kelebihan dan kekurangan usaha Azzam Toys dan pesaingnya

No	Aspek Produk	Nama Usaha Sejenis		
		Bahren Shop	Bonito	Azzam Toys
1	Kualitas Produk	Premium	Premium	Premium
2	Kisaran Harga	Rp3.500 - Rp380.000	Rp2.500 - Rp400.000	Rp5000 - Rp350.000
3	Promosi	Tiktok Ads, Shopee Ads, Lazada Ads, Facebook Ads	Tiktok Ads, Shopee Ads, Lazada Ads, Tokopedia Ads, Instagram Ads, Facebook Ads	Shopee Ads
4	Variasi	Memiliki Banyak Variasi	Memiliki Banyak Variasi	Variasi Sedikit
5	Sistem Penjualan	Tiktok Shop, Shopee, Lazada, Facebook, Offline Store	Tiktok Shop, Shopee, Lazada, Tokopedia, Facebook, Instagram, Offline Store	Shopee
	Rata-Rata Penjualan	6658 pcs	8754 pcs	4726 pcs

Sumber : Dokumentasi Azzam Toys (2022)

Apabila dilihat dari tabel 1.2 penjualan boneka toko Azzam Toys lebih rendah dari pesaingnya adalah karena Azzam Toys masih kalah pada aspek promosi, variasi, dan sistem penjualan. Apabila dilihat dari promosi yang dilakukan, Azzam Toys hanya baru melakukan promosi dan sistem penjualan di *shopee ads* sedangkan kompetitor sudah melakukan promosi pada *tiktok ads*, *lazada ads*, dan lainnya juga memiliki *offline store*. Selanjutnya apabila dilihat dari aspek variasi yang ditawarkan, Azzam Toys juga memiliki variasi yang lebih sedikit dibandingkan kompetitornya.



Gambar 1.3 Histogram Perbandingan Penjualan Azzam Toys Dengan Pesaing

Sumber : Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan rata-rata penjualan pesaing yang didapat dari observasi menunjukkan penjualannya lebih tinggi dibanding Azzam Toys. Pesaing memiliki *store offline* dan *store online* yang lebih dulu berdiri dan menjual produknya tersebut. Azzam Toys memiliki harga yang bervariasi. Varian dan kualitas yang ditawarkan hampir sama. Azzam Toys tidak memiliki *store offline* dalam penjualannya dan hanya berfokus pada *market place Shopee* yang tersedia. Azzam Toys juga hanya membuat boneka dengan kesediaan bahan yang dibutuhkan. kemudian dilakukan kuisisioner untuk mengetahui tingkat kepuasan berdasarkan dari beberapa aspek. Kuisisioner yang dilakukan menggunakan pembobotan dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Berikut adalah kategori skala penilaian dari kuisisioner yang dilakukan :

- 1 = Sangat Tidak Puas
- 2 = Tidak Puas
- 3 = Biasa Saja
- 4 = Puas
- 5 = Sangat Puas

Setelah menentukan skala, kemudian barulah dilakukan kuisisioner terhadap pelanggan dengan hasil yang ditunjukkan pada tabel 1.3.

Tabel 1.3 Hasil Kuisisioner Kepuasan Pelanggan

Aspek Penjualan	Nilai	Kategori
Kualitas Produk yang ditawarkan Azzam Toys	4	Puas
Harga dari produk boneka yang dijual di Azzam toys	4	Puas
Promosi yang di berikan oleh Azzam Toys	2	Tidak Puas
Karakter dan Variasi Boneka yang ditawarkan oleh Azzam Toys	2	Tidak Puas
Kemudahan Berbelanja di Azzam Toys	4	Puas
Kenyamanan saat berbelanja di Azzam Toys	4	Puas

Sumber : Dokumentasi Azzam Toys (2022)

Berdasarkan hasil kuisisioner yang ditunjukkan pada tabel 1.3 dari 6 aspek yang diajukan, terdapat 4 aspek yang sudah dinyatakan puas oleh pelanggan dan terdapat 2 aspek yang masih belum dikatakan puas oleh pelanggan sehingga 2 aspek ini yang perlu dilakukan peningkatan yaitu aspek promosi dan karakteristik/varian.

Melihat persaingan usaha boneka yang ada, azzam toys perlu meningkatkan penjualannya sehingga dapat mengungguli serta menjadi pemimpin pasar pada pangsa pasar industri boneka di Kabupaten Bekasi. Untuk itu usaha toko diperlukan analisis dengan beberapa strategi pemasaran diantaranya yaitu menggunakan metode STP (*Segmentasi, Targeting, dan Positioning*) dan dengan metode Marketing MIX yaitu 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*).

Dalam upaya meningkatkan penjualannya, *owner* dari azam toys berencana untuk membuka *offline store* yang bertempat di kabupaten bekasi, sehingga perlu dilakukan analisis uji kelayakan usaha dari modal investasi yang akan dikeluarkan untuk pembukaan *offline store* sehingga *owner* dari azzam toys mendapatkan referensi untuk pengambilan keputusan apakah modal yang akan dikeluarkan untuk pembukaan *offline store* layak diteruskan atau tidak. Selanjutnya apabila modal investasi yang akan dikeluarkan layak untuk diteruskan, penelitian ini akan dilanjutkan sampai membuat strategi pemasaran dengan metode SWOT.

Pada penelitian sebelumnya yang berjudul (Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Ikan Hias Lokal Khas Bangka Belitung Diwilayah Kota Pangkalpinang) melakukan uji kelayakan usaha dengan metode SWOT, usaha ikan hias lokal yang dikaji berdasarkan hasil metode perhitungan NPV sebesar

Rp34.165.964, hasil metode perhitungan IRR sebesar 92%, dan hasil metode perhitungan PP mampu mengembalikan modal selama 8 bulan, maka metode perhitungan PI sebesar 2,36. Bisnis ini sangat layak untuk dijalankan. (Ratnasari et al., 2021)

Penelitian terdahulu berikutnya yang berjudul (Kelayakan UMKM Dengan Pendekatan Analisis SWOT (Studi Kasus di RUS Mekar Sari PKK Pulorejo), dengan menggunakan metode analisis SWOT dengan data yang diperoleh dari matrik EFAS-IFAS, matrik SWOT dan matrik *grand strategy*. Berdasarkan hasil pengamatan tersebut, RUS Mekar Sari PKK Pulorejo, Ngoro, Jombang menempati posisi di kuadran 1, ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan. Bagi UMKM RUS Mekar Sari PKK Pulorejo, Ngoro, Jombang karena memiliki kekuatan yang dapat dimanfaatkan peluangnya untuk meningkatkan hasil penjualan. (Mahfudza & Qomariyah, 2021)

Penelitian terdahulu selanjutnya yang berjudul (Kelayakan Bisnis Dan Analisis SWOT – PIECES (Studi Kasus : E-Commerce Broker Mobil Yogyakarta) melakukan uji kelayakan bisnis, dengan investasi awal sebesar Rp 3.495.620,- diperoleh nilai BEP = 6,47, PBP = 0,67 tahun, ROI = 26.53%, Ratio B/C = 1,31, NPV = Rp 1.724.330,-. Dengan hasil angka persentase ROI diatas angka persentase rata-rata inflasi Indonesia serta hasil Ratio B/C dan hasil NPV bernilai positif menyatakan konsep bisnis *E-Commerce* Broker Mobil Yogyakarta layak untuk dikembangkan. (Nurzam, 2018)

Selanjutnya tujuan dari penelitian ini adalah melakukan uji kelayakan usaha pada Azzam Toys untuk mengetahui apakah usaha boneka yang dijalankan layak untuk dikembangkan atau tidak yang kemudian melakukan analisa pemasaran untuk meningkatkan omset penjualan dengan pendekatan metode SWOT (*Streght, Weakness, Opportunities, Threat*).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penulis akan memberikan informasi tentang masalah yang akan difokuskan sebagai bahan penelitian :

1. Berdasarkan tingkat fluktuatif dari hasil penjualan yang dicapai oleh Azzam Toys, maka perlu dilakukannya studi kelayakan usaha untuk

mengetahui apakah pembukaan toko boneka *offline* dari usaha yang dijalankan layak untuk dikembangkan atau tidak.

2. Belum adanya strategi pemasaran yang dilakukan oleh azzam toys untuk meningkatkan penjualan boneka pada saat pembukaan toko boneka *offline*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana cara melakukan studi uji kelayakan usaha dengan Aspek Pasar dan Pemasaran dan aspek *financial* (Kriteria penilaian investasi)?
2. Bagaimana strategi pemasaran dengan analisis SWOT dari pendirian usaha ini yang dapat dijadikan bahan evaluasi bagi pemilik usaha Azzam Toys?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah ini digunakan untuk mencegah meluasnya pembahasan, sedangkan batasan masalah yang ada didalam penulisan ini adalah:

1. Penelitian ini difokuskan tentang menentukan layak/tidaknya pada perencanaan pembukaan toko *offline* pada usaha boneka yang sebelumnya hanya dilakukan secara *online* pada studi kelayakan usaha dengan Aspek pasar dan pemasaran dan aspek finansial (kriteria penilaian investasi) serta strategi pemasaran dengan analisis SWOT pada Azzam Toys.
2. Objek pengamatan ini hanya berfokus pada aktivitas bisnis dari *store online* yang dilakukan oleh Azzam Toys.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada perhitungan BEP, PP, NPV, IRR, dan PI.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan yang didapat dicapai dalam penelitian ini yakni:

1. Melakukan analisa studi kelayakan usaha dengan aspek pasar dan pemasaran dan aspek *finansial* (kriteria penilaian investasi) untuk menentukan layak/tidaknya usaha boneka yang dijalankan oleh Azaam Toys.
2. Merencanakan pengembangan dan strategi pemasaran usaha dengan menggunakan analisis SWOT.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa, universitas dan perusahaan. Adapun kegunaannya adalah:

1. Penelitian ini digunakan untuk menambah pengetahuan dan wawasan. Selama penelitian mengenai permasalahan yang didapat dan mengenai Studi kelayakan usaha, dan hasil penelitian ini sebagai bahan masukan ataupun tambahan literatur sehingga diperoleh metode yang lebih efektif untuk digunakan dalam meningkatkan kualitas usaha.
2. Penelitian dan analisis bisnis saat ini dapat digunakan dalam dokumen evaluasi bisnis *online* boneka Azzam Toys serta menjadi bahan pertimbangan untuk investor yang berminat pada usaha ini.

1.7 Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini terletak pada rumah pribadi pemilik Azzam Toys di Kp. Karang Mulya RT.01/RW.08 No.25, Desa Karang Satria, Kec. Tambun Utara, Kab. Bekasi, Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih satu 2 bulan pada bulan September dan Oktober 2022.

1.8 Metode Penelitian

Dalam menjalankan penelitian penulis melakukan pengambilan data-data milik perusahaan dengan menerapkan beberapa metode atau teknik yang selanjutnya data-data tersebut diolah atau di analisis, teknik dan metode yang penulis lakukan didalam pengambilan data-data di antaranya adalah :

1. Metode Studi Pustaka

Dalam metode ini data yang diperoleh berasal dari data yang tersimpan berupa catatan, laporan, dan dokumen perusahaan yang berkaitan dengan tingkat penjualan boneka.

2. Metode Studi Lapangan

Kegiatan yang penulis lakukan pada metode ini adalah dengan cara pengamatan, pencatatan untuk mengetahui permasalahan apa saja yang terjadi untuk selanjutnya di analisa, berinteraksi langsung kepada karyawan yang bekerja di Azzam Toys.

1.9 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memberikan gambaran tentang isi penelitian ini, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Dalam bab ini menyajikan pengantar terhadap gambaran masalah yang akan dibahas oleh karna itu terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menyajikan tinjauan pustaka yang berisikan teori-teori dan pemikiran yang digunakan sebagai landasan serta pemecahan masalah.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang bagaimana data penelitian diperoleh serta bagaimana menganalisa data. Oleh karena itu pada bab ini menguraikan tentang lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, diagram alir dan analisa..

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi hasil penelitian serta pengolahan atau perhitungan data dan analisa terhadap hasil-hasil yang telah diperoleh pada bab-bab sebelumnya.

BAB V. PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan yang telah didapat dari hasil pembahasan dan menyampaikan saran-saran untuk perbaikan dari masalah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat berbagai sumber refensi buku, jurnal dan lain-lain penulis jadikan sebagai acuan pada penulisan skripsi ini.

