

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Baru-baru ini ada lebih banyak persaingan di dunia bisnis dan sejumlah perusahaan telah muncul, baik yang terlibat dalam layanan pembelian maupun yang bergerak di bidang manufaktur. Agar bisnis dapat melanjutkan aktivitasnya, mereka perlu mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang baik. Perusahaan dapat melakukannya dengan memiliki strategi pemasaran yang tepat yang memungkinkannya mencapai pertumbuhan penjualan produknya serta memuaskan konsumen yang menggunakan produk tersebut. (Putra F et al., 2021)

Untuk mempertahankan bisnis, pemasaran memainkan peran penting. Untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan dan mampu bersaing dengan para pesaingnya, diperlukan proses manajemen yang baik. Strategi pemasaran dan bauran pemasaran adalah salah satu elemen terpenting dalam periklanan. Agar pemilihan segmentasi, penargetan pasar dan positioning pasar tepat maka perlu adanya strategi pemasaran. Untuk mencapai tujuan produk yang diinginkan, Strategi Pemasaran Produk didasarkan pada proses sosial dan manajerial yang dilakukan individu atau kelompok untuk mencapai strategi tertentu. Strategi pemasaran yang optimal untuk produk. Laba penjualan yang diharapkan oleh perusahaan juga akan berdampak baik pada pengendalian strategi pemasaran yang baik.

Ayam Bakar Mat Negro adalah salah satu di bidang produk makanan yang sangat digemari oleh banyaknya konsumen. Rasa ayam bakar tersebut mempunyai tekstur yang empuk dan bumbu yang nikmat. Ayam bakar tersebut memiliki rasa yang lebih enak dibandingkan ayam bakar dari pada yang lain. Seiring dengan perkembangan zaman, banyak sekali varian rasa dan rasa pada ayam bakar yang kembali ke asalnya atau rasa pedas aslinya namun perkebunan dan kesuksesan bisnis baru-baru ini telah menyebabkan meningkatnya persaingan di bidang kuliner. Dalam hal ini, agar produsen dapat bersaing lebih kompetitif dan mempertahankan kelangsungan usahanya dengan lebih baik dan lebih maju, diperlukan investasi

strategis yang tepat. Dalam menentukan strategi bisnis, perhatian harus diberikan pada faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (metode SWOT).

Tabel 1. 1 Data Penjualan Mat Negro Periode 2021

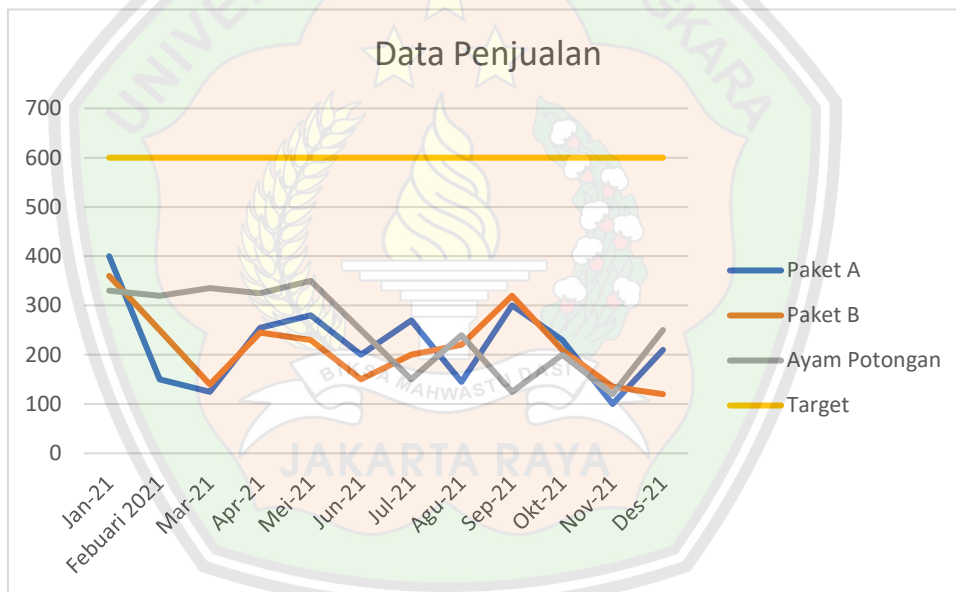
Bulan	Aktual Penjualan (Porsi)								
	Paket A	Target Penjualan	Selisih	Paket B	Target Penjualan	Selisih	Ayam Potongan	Target Penjualan	Selisih
Jan-21	400	600	-200	360	600	-240	330	600	-270
Febuari 2021	150	600	-400	250	600	-350	320	600	-280
Mar-21	125	600	-475	140	600	-460	355	600	-245
Apr-21	255	600	-345	245	600	-355	325	600	-275
Mei-21	280	600	-320	230	600	-370	350	600	-250
Jun-21	200	600	-400	150	600	-450	250	600	-350
Jul-21	270	600	-330	200	600	-400	150	600	-450
Agu-21	145	600	-455	220	600	-480	240	600	-360
Sep-21	300	600	-300	320	600	-280	125	600	475
Okt-21	230	600	-370	210	600	-390	200	600	-400
Nov-21	100	600	-500	135	600	-465	120	600	-480
Des-21	210	600	-390	120	600	-480	250	600	-350

Sumber: Data Penjualan (2023)

Berdasarkan data tabel 1.1 diatas menunjukkan data penjualan ayam bakar mat negro pada periode 2021 memiliki data tertinggi pada bulan April 2021 dikarenakan banyaknya pesanan pada bulan tersebut dan terkecil ada bulan Febuari dikarenakan sepinya peminat disebabkan oleh varian menunya hanya ada 2 varian. Berikut dibawah ini gambar grafik 1.1 data penjualan ayam pada setiap tahunnya 1 tahun (2021).

Tabel 1.2 Total Penjualan Mat Negro

Menu	Aktual Penjualan Mat Negro di tahun 2021
Paket A	2665
Paket B	2580
Ayam Potongan	3015
Jumlah Penjualan	8260



Gambar 1.1 Grafik Penjualan

Sumber: Grafik Penjualan (2023)

Tabel 1. 2 Data Perbandingan Harga Penjualan Dengan Pesaing Sejenis

Harga			
Menu	Pesaing A	Pesaing B	Mat Negro
Ayam Bakar Original	Rp23.000	Rp22.000	Rp22.000
Ayam Bakar Pedas	Rp22.000	Rp21.000	Rp19.000

Sumber: Perbandingan Harga (2023)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas menjelaskan setiap pesaing memiliki harga yang berbeda beda. Pesaing A memiliki harga yang lebih mahal dibanding dengan pesaing B dan Mat Negro lebih murah dibandingkan dengan pesaing A yang memiliki toko yang lebih besar dan terkesan seperti restoran dibandingkan dua pesaing lainnya

Tabel 1. 3 Rekap Data Penjualan Dengan Pesaing Sejenis

Jumlah Penjualan	Jumlah Penjualan (PCS)
Pesaing A	7.856
Pesaing B	8.345
Mat Negro	8.260

Berdasarkan data tabel 1.3 diatas menjelaskan setiap pesaing memiliki perbedaan pada setiap tahunnya. Pada bulan Januari hingga Desember ditahun 2021 Paket A ( nasi, ayam bakar, tahu dan tempe) terjual sekitaran 2.125 Porsi, Paket B (nasi, ayam bakar) terjual 1.810 Porsi dan Ayam Potongan terjual sekitaran 2.445 Porsi sedangkan di tahun 2022 pada bulan Januari hingga Maret Paket A terjual sekitaran 540, Paket B terjual 465 dan Ayam Potongan terjual 570 dari data diatas menunjukkan penurunan omset jika dibandingkan dengan tahun 2021 dan teger yang sudah ditentukan.

Tabel 1. 4 Rekap Data Omset Pada Tahun 2021-2022

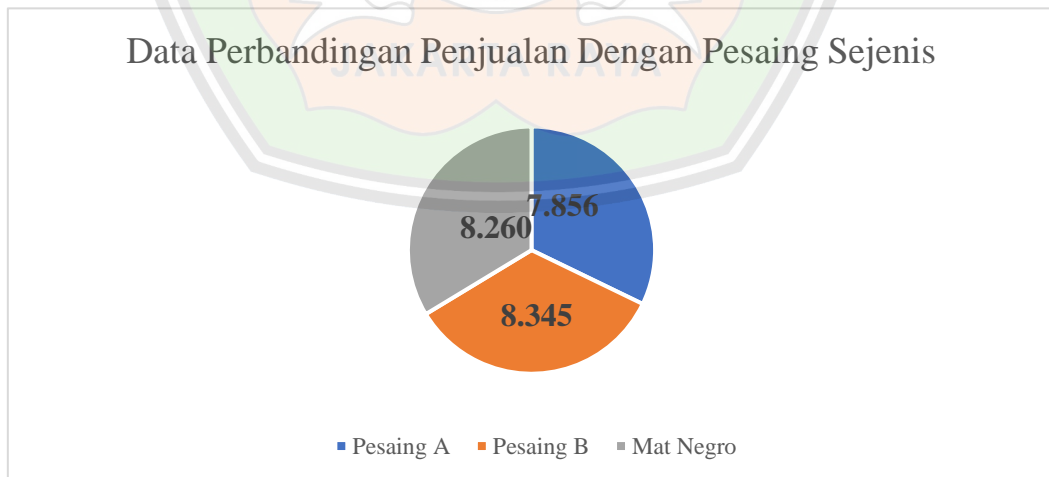
Omset Pada Tahun 2021	Omset Pada Tahun 2022	Selisih
Rp 98.285.000	Rp 64.650.000	- Rp.29.635.000

Sumber: Data Omset (2023)

Berdasarkan tabel 1.4 menjelaskan bahwa omset pada tahun 2021 yaitu Rp 98.285.000 sedang kan ditahun 2022 mendapatkan omset Rp 64.650.000 dan pada tahun 2022 lebih kecil karna seringnya tutup pada warung ayam bakar mat negro, dikarnakan tidak mendapatkan bahan baku dan pelanggan pada saat covid 19. Oleh karena itu. Toko Mat Negro harus mengubah pola strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Dengan cara beroperasi 13 jam perhari dari biasanya. Disekitaran terdapat bisnis produk makanan yang sejenis .

UMKM Ayam Bakar Mat Negro yakni salah satu *merchandise* makanan yang banyak diminati oleh pelanggan. Perusahaan melangsungkan usaha tersebut yang sudah berjalan hampir 5 tahun dengan nama usaha mereka Ayam Bakar Mat Negro.

Berikut dibawah ini adalah gambar 1.2 data grafik perbandingan penjualan dengan pesaing sejenis atau sama pada bidang makanan di tahun sama 2021-2022.



Gambar 1.2 Grafik Penjualan Ayam Bakar Mat Negro 2021

Sumber: Pengolahan Data (2023)

## **1.2 Identifikasi Masalah**

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

1. Hasil penjualan yang masih jauh dari target penjualan 600 porsi
2. Penurunan atau tidak stabilnya omzet penjualan

## **1.3 Rumusan Masalah**

Untuk meningkatkan hasil dari penjualan terlebih pada produk Ayam bakar, Maka dari itu penulis dapat mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi dari target penjualan?
2. Bagaimana merencanakan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan ayam bakar dengan metode SWOT dan QSPM?

## **1.4 Batasan Masalah**

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

1. Lokasi objek penelitian hanya di warung ayam bakar Mat Negro.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada identifikasi penjualan ayam bakar yang masih sangat jauh dari target penjualan yang ditetapkan.
3. Harga yang digunakan adalah harga penjualan per potong dan per paket

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Dalam hal ini tujuan yang ingin dicapai diantaranya:

1. Untuk mengetahui analisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi dari target penjualan.
2. Merencanakan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan ayam bakar 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 hal-hal apa saja yang berhubungan dengan teori motivasi dan disiplin dalam bekerja.

#### **b. Bagi Pengusaha**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan 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 Ayam Bakar Mat Negro yang saat ini berlokasi di Jl. KP. Bulak No.74 RT.002/RW.003 Mekarsari, Kec. Tambun Selatan., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17510 dari tanggal 07 Maret 2023 sampai 07 April 2023

## **1.8 Sistematis Penulisan**

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

a. 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 pernasarannya.

b. Wawancara (Interview)

Kegiatan tanya jawab yang dilakukan secara langsung kepada pihak yang terkait, seperti pemilik toko atau penjaga toko, pembeli.

c. Studi Pustaka

Melakukan penelitian yang disertai landasan teori dari laporan skripsi ini dengan membaca jurnal, dan referensi buku-buku dari semua penulis yang berkaitan dengan judul laporan skripsi.

## 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, 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 dipcroleh 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 referennsi ini dianggap valid sebagai sumber landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini.

## **LAMPIRAN**

