

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan industri kecil yang dapat dilakukan masyarakat untuk meningkatkan pendapatan salah satunya dengan kegiatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan pertumbuhan ekonomi (UMKM) di Kota Bekasi terus tumbuh, pada tahun 2021 tercatat ekonomi Kota Bekasi berada di angka 3,22 persen, sedangkan pada tahun 2022 tercatat di angka 4,9 persen. Angka itu, lebih baik dibandingkan ketika awal pandemi tahun 2020, dimana pertumbuhan ekonomi di Kota Bekasi justru minus 2,55 persen.

UMKM dinilai menjadi penopang pertumbuhan ekonomi yang ada di Kota Bekasi itu diharapkan mampu membawa kebangkitan ekonomi pasca pandemi, dengan dihidirkannya berbagai kegiatan dalam menunjang pergerakan perekonomian di Kota Bekasi. Angkrian salah satu usaha yang banyak di minati untuk saat ini. Karena usaha kuliner merupakan salah satu jenis usaha yang memiliki perkembangan yang cukup baik. Usaha kuliner sendiri seakan tidak lepas dari kehidupan masyarakat, mengingat konsumsi makanan dan minuman yang disediakan oleh usaha kuliner merupakan bagian dari kebutuhan hidup masyarakat sehari-hari.

Pelaku UMKM pada umumnya memilih usaha kuliner yang relatif sederhana dan mudah untuk didirikan serta dijalanka. Usaha kuliner tersebut salah satunya adalah warung angkriangan. Angkriangan merupakan warung tidak permanen dengan tenda dan gerobak yang pada umumnya beroperasi dari sore hingga dini hari. Angkriangan pada umumnya menjajakan makanan dan minuman sederhana, aneka gorengan, nasi bungkus wedang jahe, susu jahe, teh, dan kopi. Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM Aangkrian wong Jowo 2019 lalu tempatnya 13 Mei. Pada awal membuka Angkriangan Wong Jowo hasil penjualan tidak terlalu banyak di karenakan pemasaran yang belum meluas dan daya saing sejenis lainnya cukup tinggi. Lokasi penelitian ini di Jl Nusatara Raya I depan danau

Angkringan Wong Jowo RT 01 /RW 36 Vila Indah Permai ,Bekasi Utara Kota Bekasi.

Karena pemasaran Angkrian wong Jowo belum meluas dan daya saing cukup tinggi perlu melakukan Penerapan strategi pemasaran dapat membantu dalam menentukan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang dan membantu beradaptasi dengan perkembangan jaman yaitu perubahan-perubahan lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Masalah-masalah yang di alami Angkrian Wong Jowo dapat terpecahkan. Agar dapat terpecahkan perlu dilakukan penelitian dari dalam dan dari luar yaitu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari dalam perusahaan, maupun mengidentifikasi faktor- faktor peluang dan ancaman di luar UMKM.

Untuk pemilihan metode yang akan digunakan, banyak metode metode yang bisa digunakan dalam strategi pemasaran contohnya Matriks BCG, SOAR, WASPA, SWOT.

Untuk matriks BCG atau Boston Consulting Group menurut (Laksana & Waluyo, 2021) adalah matriks yang membagi suatu usaha kedalam dua sumbu, sumbu X (relatifnya untuk posisi pangsa pasar) dan sumbu Y (relatifnya untuk tingkat pertumbuhan pasar). Dalam matriks ini perusahaan dapat menempati salah satu dari empat posisi bisnis, yaitu *question mark*, *star*, *cash cow*, dan *dog* (Wahyuandari, 2013).

SOAR merupakan akronim dari *strenght* (kekuatan), *opportunity* (kesempatan), *aspiration* (aspirasi), dan result (hasil).Menurut Stavros dan Hinrichs SOAR adalah kerangka perencanaan strategis dengan pendekatan yang berfokus pada kekuatan dan mencari untuk mengerti keseluruhan sistem dengan memasukkan suara dari stakeholders yang relevan. SOAR merupakan kerangka baru perencanaan strategis yang dikembangkan oleh Stavros, Cooperider dan Kelley pada tahun 2009.

Metode WASPAS digunakan untuk menemukan alternatif pilihan yang sesuai dengan yang dibutuhkan dengan menggunakan pembobotan. Dengan metode WASPAS, kriteria pilihan optimum dicari berdasarkan dua kriteria optimum.

Kriteria yang optimal merupakan kriteria pertama dan kriteria dengan tingkat kesuksesan rata-rata tertimbang sama merupakan kriteria kedua. Metode ini efektif untuk digunakan dalam mengevaluasi beberapa alternatif pilihan keputusan (Marbun et al., 2018).

SWOT merupakan akronim dari *strength*, *weakness*, *opportunity*, *threat*. Strength atau kekuatan adalah kondisi yang berkaitan dengan kekuatan yang dimiliki saat ini. Weakness atau kelemahan adalah kondisi yang berkaitan dengan kelemahan/kekurangan apa yang dimiliki saat ini dengan mengetahui hal tersebut, maka dapat memperbaiki kelemahan yang ada. *Opportunity* atau peluang merupakan kondisi yang berkaitan dengan peluang yang ada yang dapat dijadikan kesempatan untuk berkembang. Dan *threat* atau ancaman kondisi yang berkaitan dengan ancaman dari luar yang dihadapi yang dapat mengancam keberadaan dimasa depan (Ahmad & others, 2020).

Karena Angkrian Wong Jowo untuk layanan penjualan makanan dan minuman. Strategi yang diterapkan harus meliputi dua hal yaitu sisi internal dan sisi eksternal jadi menggunakan satu metode yaitu metode SWOT. Sehingga proses manajemen strategis yang meliputi internal dan eksternal dapat berjalan lancar sehingga perusahaan mempunyai nilai lebih dengan kompetitor yang lain. UMKM Angkrian Wong Jowo memiliki 3 pesaing, di karenakan buka di sebrang jalan. Lokasi yang cukup berdekatan dengan Angkrian Jos, Angkrian Pakde Kumis, Angkrian Kopa-Kopi :



Gambar 1.1 Gambaran Lokasi yang Ada di Sekitar Angkrian Wong Jowo

Sumber: *Google Maps*

Dengan mengganti inisial A,B,C,D agar dapat mempermudah mengetahui lokasi pesaing yang ada di sekitar Angkringan Wong Jowo.

Tabel 1.1 Data Nama Pesaing

Angkringan Wong Jowo	A
Angkringan Jos	B
Angkringan Pakde Kumis	C
Angkringan Kopa-Kopi	D

Sumber: Pengolahan Data 2023

Dengan omset penjualan yang cukup memuaskan yaitu sebesar Rp.4.500.000 sampai Rp.8.7000.000 yang belum termasuk keuntungan bersih. Berikut adalah hasil penjualan Angkringan Wong Jowo dan pesaing yang di dapat:

Tabel 1.2 Omzet Penjualan Angkringan Wong Jowo dan Pesaing

NO	Bulan	UMKM Angkringan Wong Jowo	UMKM Angkringan Jos	UMKM Angkringan Pakde Kumis	UMKM Angkringan Kopa-Kopi
1	September	Rp 7.921.000	Rp 7.750.000	Rp 6.800.000	Rp 6.200.000
2	Oktober	Rp 5.800.000	Rp 6.675.000	Rp 7.300.000	Rp 6.000.000
3	November	Rp 6.000.000	Rp 7.200.000	Rp 6.785.000	Rp 7.800.000
4	Desember	Rp 6.200.000	Rp 8.700.000	Rp 7.600.000	Rp 7.700.000
5	Januari	Rp 4.500.000	Rp 7.300.000	Rp 6.700.000	Rp 6.563.000
6	Februari	Rp 4.201.000	Rp 7.948.500	Rp 7.531.000	Rp 8.443.000
Total Pendapatan		Rp34.220.000	Rp45.573.500	Rp.42.716.000	Rp42.706.000

Sumber: Pengolahan Data 2023

Dapat dilihat pada Tabel 1.2 di atas jumlah omzet selama periode bulan September- November mengalami kenaikan yang cukup lambat pada Angkringan Wong Jowo kemudian pada bulan Januari Februari jumlah pelanggan mengalami penurunan penjualan yang diakibatkan oleh minat konsumen yang mulai menurun terhadap Angkringan Wong Jowo. Lalu usaha ini memiliki penurunan yang cukup drastis dengan menjadi no 4 dari pesaingnya.

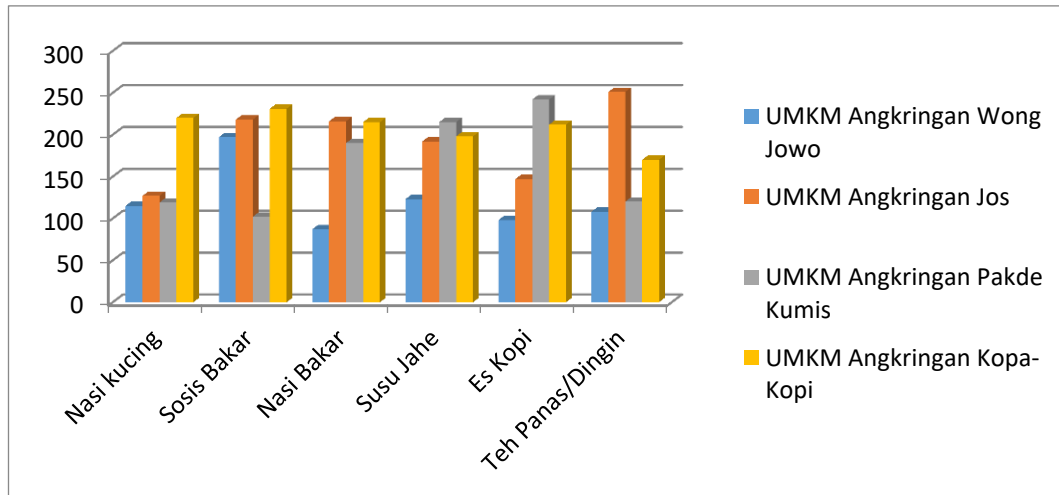
Berikut data hasil Penjualan Angkringan Wong Jowo dan pesaing yang berhasil di dapatkan:

Tabel 1.3 Data Penjualan Makan dan Minuman Angkringan Wong Jowo dan 4 Pesaingnya Pada Bulan Februari

NO	Makanan	UMKM Angkringan Wong Jowo	UMKM Angkringan Jos	UMKM Angkringan Pakde Kumis	UMKM Angkringan Kopa-Kopi
1	Nasi kucing	115 pcs	127 pcs	119 pcs	220 pcs
2	Sosis Bakar	197 pcs	218 pcs	102 pcs	231 pcs
3	Nasi Bakar	87 pcs	216 pcs	190 pcs	215 pcs
4	Susu Jahe	123 pcs	192 pcs	215 pcs	198 pcs
5	Es kopi	98 pcs	147 pcs	242 pcs	212 pcs
6	Teh panas / dingin	108 pcs	251 pcs	120 pcs	170 pcs
	Penjualan	728 pcs	1151 pcs	988 pcs	1246 pcs

Sumber: Pengolahan Data 2023

Pada tabel 1.3 di atas merupakan perbandingan yang di dapat penjualan per pcs. Dengan pendapatan tertinggi ada pada UMKM Angkringan Kopa-Kopi dengan 1246 pcs dan yang terkecil pada UMKM Angkringan Wong Jowo dengan penjualan 728 pcs.



Gambar 1.2 Perbandingan Data penjualan makanan dan minuman Angkringan Wong Jowo dan Pesaing Pada Bulan Februari

Sumber: Pengolahan Data 2023

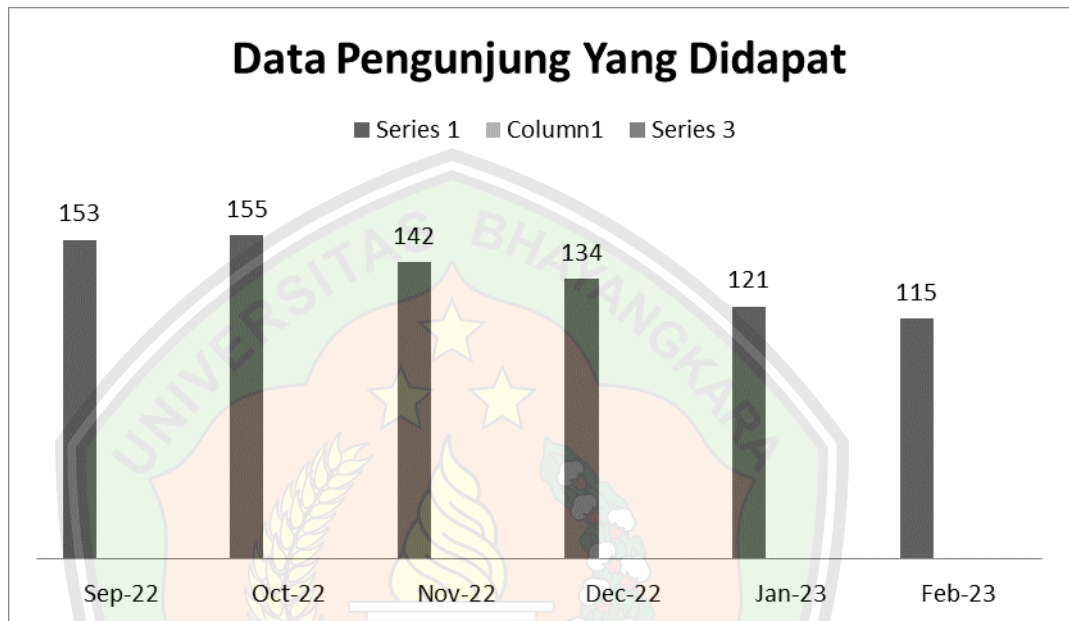
Tabel 1.4 Data Pengunjung Periode Bulan September - Februari Angkringan Wong Jowo

No	Bulan	Pengunjung
1	September 2022	153
2	Oktober 2022	155
3	November 2022	142
4	Desember 2022	134
5	Januari 2023	121
6	Februari 2023	115
Jumlah		1173

Sumber: Pengolahan Data 2023

Dapat dilihat pada Tabel 1.4 di atas jumlah pelanggan selama periode bulan September dan Februari mengalami penurunan. Melihat kondisi saat ini bahwa dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat baik karena pesaing yang semakin bertambah, perkembangan teknologi yang pesat, Angkringan Wong Jowo perlu menerapkan strategi yang lebih tepat untuk mengembangkan usaha agar bisa memenangkan persaingan, ditambah pendapatan penjualan menu yang sama

terlalu jauh, berdasarkan keadaan usaha saat ini bahwa usaha Angkringan Wong Jowo ini belum mempunyai manajemen yang terencana karena masih dikelola oleh pemiliknya sendiri, oleh karena itu metode SWOT digunakan untuk membantu perusahaan dalam merumuskan dan merencanakan strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha tersebut dengan tidak melupakan kapasitas dari perusahaan itu sendiri.



Gambar 1.3 Pengunjung Periode Bulan September - Februari Angkringan Wong Jowo

Sumber: Pengolahan Data 2023

Tabel 1.5 Data Penjualan Periode Bulan Februari Angkringan Wong Jowo

no	Makanan Dan Minuman Yang Ditawarkan	Harga Makanan	Omset Yang Didapat	Hasih Penjualan
1	Nasi kucing	Rp 3.000	115 pcs	Rp345.000
2	Sosis Bakar	Rp 2.500	197 pcs	Rp394.000
3	Nasi Bakar	Rp 6.000	87 pcs	Rp522.000
4	Susu Jahe	Rp 8.000	123 pcs	Rp686.000
5	Es kopi	Rp 5.000	98 pcs	Rp420.000
6	Teh Panas/Dingin	Rp 4.000	108 pcs	Rp432.000
Total penjualan			728 pcs	Rp2.799.000

Sumber: Pengolahan Data 2023

Pada Tabel di atas 1.5 merupakan data penjualan yang di dapat pada periode bulan Februari pada Angkringan Wong Jowo dengan penjualan 728 pcs dengan pendapatan Rp2.799.000. Pada penjualan tertinggi pada sosis bakar dengan penjualan 197 pcs dan yang terendah pada nasi kucing dengan penjualan 115 pcs.

Tabel 1 .6 Data Penjualan Periode Bulan Februari UMKM Angkringan Jos

No	Makanan Dan Minuman Yang Ditawarkan	Harga Makanan	Omset Yang Didapat	Hasih Penjualan
1	Nasi kucing	Rp 3.500	127 pcs	Rp444.500
2	Sosis Bakar	Rp 2.500	218 pcs	Rp545.000
3	Nasi Bakar	Rp 8.000	216 pcs	Rp1.728.000
4	Susu Jahe	Rp 7.500	192 pcs	Rp1.470.000
5	Es kopi	Rp 6.000	147 pcs	Rp882.000
6	Teh Panas/Dingin	Rp 5.000	127 pcs	Rp1.255.000
Total Penjualan			1151 pcs	Rp6.324.500

Sumber: Pengolahan Data 2023

Pada Tabel di atas 1.6 merupakan data penjualan yang di dapat pada periode bulan Februari pada Angkringan Jos dengan penjualan 1151 pcs dengan pendapatan Rp6.324.500. Pada penjualan tertinggi pada sosis bakar dengan 218 pcs dan yang terendah pada penjualan nasi kucing dengan 127 pcs.

Tabel 1.7 Data Penjualan Periode Bulan Februari UMKM Angkringan Pakde Kumis

No	Makanan Dan Minuman Yang Ditawarkan	Harga Makanan	Omset Yang Didapat	Hasih Penjualan
1	Nasi kucing	Rp 4.000	119 pcs	Rp476.000
2	Sosis Bakar	Rp 3.000	102 pcs	Rp306.000
3	Nasi Bakar	Rp 8.500	190 pcs	Rp1.615.000
4	Susu Jahe	Rp 8.000	215 pcs	Rp1.720.000
5	Es kopi	Rp 6.000	242 pcs	Rp1.452.000

6	Teh Panas/Dingin	Rp 5.000	120 pcs	Rp476.000
Total penjualan			988 pcs	Rp6.169.000

Sumber: Pengolahan Data 2023

Pada tabel di atas 1.7 merupakan data penjualan yang di dapat pada periode bulan Februari pada Angkringan Pakde Kumis dengan penjualan 988 pcs dengan pendapatan Rp6.169.000. Pada penjualan tertinggi pada es kopi dengan 242 pcs dan yang terendah pada penjualan sosis bakar dengan 119 pcs.

Tabel 1.8 Data Penjualan Periode Bulan februari UMKM Angkringan Kopa-Kopi

No	Makanan Dan Minuman Yang Ditawarkan	Harga Makanan	Omset Yang Didapat	Hasih Penjualan
1	Nasi kucing	Rp 4.000	220 pcs	Rp880.000
2	Sosis Bakar	Rp 3.000	231 pcs	Rp693.000
3	Nasi Bakar	Rp 8.500	215 pcs	Rp1.827.500
4	Susu Jahe	Rp 8.000	198 pcs	Rp1.584.000
5	Es kopi	Rp 6.000	212 pcs	Rp1.272.000
6	Teh Panas/Dingin	Rp 5.000	314 pcs	Rp850.000
Total penjualan			1246 pcs	Rp7.106.500

Sumber: Pengolahan Data 2023

Pada Tabel di atas 1.8 merupakan data penjualan yang di dapat pada periode bulan Februari pada Angkringan Kopa-Kopi dengan penjualan 1246 pcs dengan pendapatan Rp7.106.500. Pada penjualan tertinggi pada teh panas/dingin dengan 314 pcs dan yang terendah pada penjualan susu jahe dengan 290 pcs.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan UMKM karena banyak yang mengalami kemunduran dalam penjualan. Untuk mengetahui strategi yang cocok sebagai bahan pertimbangan dengan melakukan riset lebih mendalam agar mampu menentukan hal apa yang harus di ubah agar pelaku UMKM dapat bertahan di masa yang akan datang. karena konsumen menggunakan harga yang sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pembelian produk atau tidaknya.

Data tabel 1.1 merupakan jumlah pesaing yang ada di sekitar Angkringan Wong Jowo. dan pesaing September 2022 – Februari 2023 dari tabel 1.2. Dari hasil omset jumlah di atas penjualan omset Angkringan Wong Jowo berada di bawah dari 4 pesaing yang di data dari toko yang menjual produk yang sama. Untuk tabel 1.4 jumlah pelanggan yang berkunjung. 1.5 sampai 1.7 data dari penjualan bulan febuari Angkringan Wong Jowo berada di urutan ke 4 dari penjualan. Oleh sebab itu, perlunya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui strategi pemasaran pada produk Angkringan Wong Jowo dengan menggunakan metode SWOT untuk melakukan peningkatan pada omset yang setiap bulannya mengalami penurunan. Hasil dari penelitian ini yaitu berdasarkan analisis SWOT dengan bantuan matriks IFE dan EFE, beradapada kuadran I dengan titik 0,517 untuk faktor internal dan 0,366 meunjukkan strategi yang telah diusulkan yaitu strategi SO. Menambah ide ide kreatif lalu melakukan evaluasi agar minat konsumen meningkat yang di sesuaikan dengan dana yang ada.

1.2 Identifikasi Masalah

Bedasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan maka penulis dapat identifikasi masalah berikut:

1. Angkringan Wong Jowo belum bisa mencapai pendapatan omset melebihi pesaing yang ada pada bulan September 2022 – Februari 2023.
2. Sulitnya Mencari peluang untuk melakukan pengembangan usaha dengan prodak yang di tawarkan sama.

1.3 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis membuat suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja yang menjadi faktor internal dan faktor eksternal dalam hal yang menghambat omset penjualan di Angkringan Wong Jowo?
2. Strategi apa yang di dihasilkan dari hasil metode SWOT?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Mengetahui apa saja faktor internal dan faktor eksternal yang akan mempengaruhi pendapatan omset dalam menjalankan usaha UMKM Angkringan Wong Jowo.
2. Merelokasikan strategi yang tepat pada Angkringan Wong Jowo

1.5 Batasan Masalah

Penulis memfokuskan pembahasan permasalahan permasalahan sebagai berikut:

1. Tempat objek yang diteliti hanya di Angkringan Wong Jowo.
2. Penelitian ini berfokus pada identifikasi omset penjualan di Angkringan Wong Jowo.
3. Pembahasan yang dilakukan hanya sampai penganalisaan dan solusi untuk meningkatkan penjualan.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pihak terkait dan pelaku bisnis, serta masyarakat yang memerlukan informasi penelitian ini.

1. Memberikan wawasan yang bermanfaat dalam dunia industri UMKM.
2. Penulis berharap dapat memberikan informasi yang tepat sebagai pengetahuan dan refensi dalam menganalisis Metode SWOT.
3. Semoga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku bisnis yang serupa untuk langkah langkah dalam melakukan analisis metode SWOT.

1.7 Tempat dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini berada di Angkringan Wong Jowo Jl Nusatara Raya I depan danau RT 01 /RW 36 Vila Indah Permai ,Bekasi Utara Kota Bekasi.penelitian ini dilakukan pada 21 Maret – 12 April.

1.8 Metode Penelitian

Penulis menggunakan metode yang di gunakan dapam penelitian sebagai berikut:

1. Metode Observasi
Metode observasi melakukan pengamatan aktivitas secara langsung terhadap suatu proses pembuatan produk.

2. Metode Wawancara

Metode yang menggunakan pertemuan secara langsung antara pelaku pembisnis dan konsumen dengan melakukan tanya jawab.

3. Metode Kuesioner

Mengumpulkan data dari para responden dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan tertulis. Setiap pertanyaan memiliki bobot dan rating yang nantinya akan di jumlah.

4. Studi Pustaka

Metode studi yang menggunakan pengambilan jurnal, literatur serta buku sebagai pendukung penelitian dalam pembahasan skripsi.

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari skripsi ini sendiri terdiri dari beberapa bab antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai pembahasan secara garis besar mengenai penyusunan proposal skripsi yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang dirumuskan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai menyebutkan jenis penelitian, teknik pengumpulan data dan kerangka penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai uraian data-data apa saja yang dihasilkan selama penelitian yang selanjutnya diolah menggunakan metode yang telah ditentukan serta membahas analisis data penelitian menggunakan memakai teori-teori yang sudah dituangkan pada bagian teori & tinjauan umum.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan wajib menjawab perkara yang diangkat pada penelitian dan saran digunakan untuk rekomendasi.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisi tentang catatan sumber referensi yang digunakan dalam pembahasan di dalam skripsi ini.

LAMPIRAN

