

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Keripik singkong merupakan salah satu produk makanan ringan yang banyak digemari konsumen. Rasanya yang renyah dan murah harga yang ditawarkan menjadikan produk tersebut sebagai alternatif tepat untuk menemani waktu santai anda bersama rekan/kerabat, saudara dan keluarga tercinta. Seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen, kini keripik singkong mulai diinovasikan berbagai varian rasa, seperti keripik singkong pedas dengan beberapa tingkatan level. Meskipun trend tersebut belum lama dikenal masyarakat luas, namun perkembangannya sudah sangat pesat, sehingga banyak produsen keripik singkong mulai beralih jalur dengan menambahkan ekstra pedas pada produk keripik yang diciptakannya.

Produk keripik singkong pedas bukan barang baru bagi masyarakat Indonesia. Namun dengan menambahkan sedikit inovasi dalam hal peningkatan level rasa pedas yang ditawarkan, kini keripik tersebut banyak dicari konsumen dan menjadi salah satu peluang bisnis menarik yang menjanjikan untung besar bagi pelakunya.

Toko Keripik Singkong Mas Nio merupakan salah satu penyedia keripik singkong dengan tiga varian rasa yaitu tawar (*original*), balado dan asin manis. Toko Keripik Singkong Mas Nio ini sudah memiliki 3 cabang di daerah Bekasi. Sebagai penyedia produk makanan bagi masyarakat produk Keripik Singkong Mas Nio dituntut agar lebih aktif dalam penjualan dan mempromosikan produk-produknya di tengah persaingan dunia usaha makanan ringan yang semakin ketat seperti sekarang. Maka, setiap usaha harus kreatif dan inovatif dalam memproduksi makanan-makanan yang akan dipasarkan kepada masyarakat. Selain dituntut untuk kreatif dan inovatif, keripik Singkong Mas Nio juga dituntut lebih dalam untuk kegiatan penjualan. Kegiatan penjualan Keripik Singkong Mas Nio dengan cara mencari seseorang yang bersedia untuk menjual produknya (*reseller*).

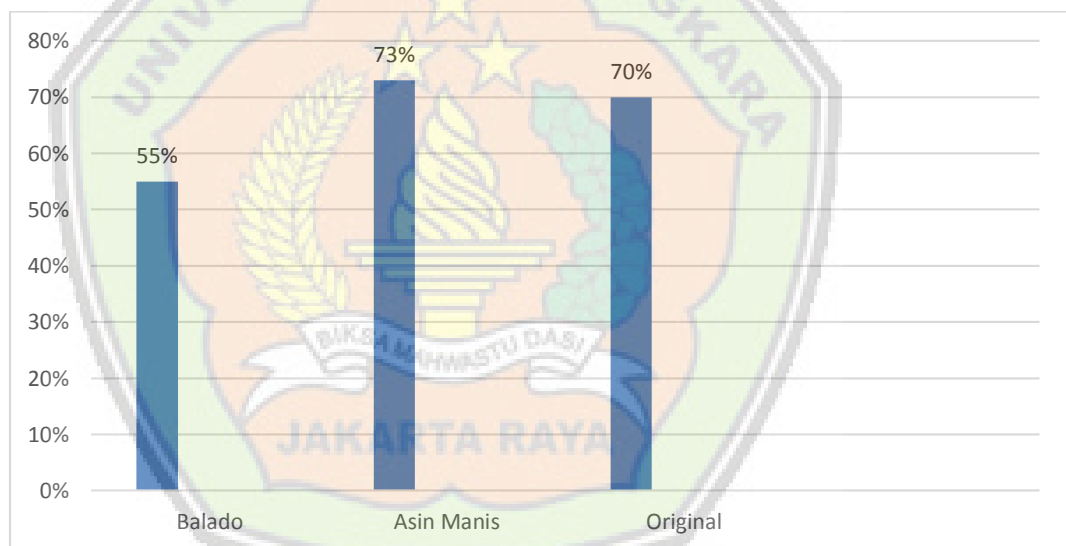
Keripik Singkong Mas Nio banyak melakukan kegiatan promosinya dengan bantuan media sosial yaitu instagram. Dibawah ini adalah data tabel dan grafik penjualan target Keripik Singkong Mas Nio.

**Tabel 1.1 Penjualan Kripik Singkong Mas Nio**

| No | Varian Rasa | Target Penjualan Per 6 Bulan | Bulan |     |     |     |     |     | Jumlah Penjualan | Ratio |
|----|-------------|------------------------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|------------------|-------|
|    |             |                              | Sept  | Okt | Nov | Des | Jan | Feb |                  |       |
| 1  | Balado      | 5500                         | 520   | 488 | 552 | 505 | 510 | 470 | 3045             | 55%   |
| 2  | Asin-Manis  | 3500                         | 450   | 415 | 404 | 416 | 463 | 427 | 2575             | 73%   |
| 3  | Original    | 3500                         | 398   | 385 | 388 | 417 | 425 | 423 | 2436             | 70%   |

Sumber pengolahan data (2019)

**Gambar 1.1. Grafik Penjualan Keripik Singkong Mas Nio**



Sumber pengolahan data (2019)

Berdasarkan data tabel dan grafik diatas bahwa data penjualan selama enam bulan yang terbanyak adalah kripik rasa balado, akan tetapi meskipun kripik rasa balado ini penjualannya terbanyak, namun hanya mendapatkan ratio sebesar 55% yang artinya penjualannya masih jauh dibawah target yang ditetapkan.

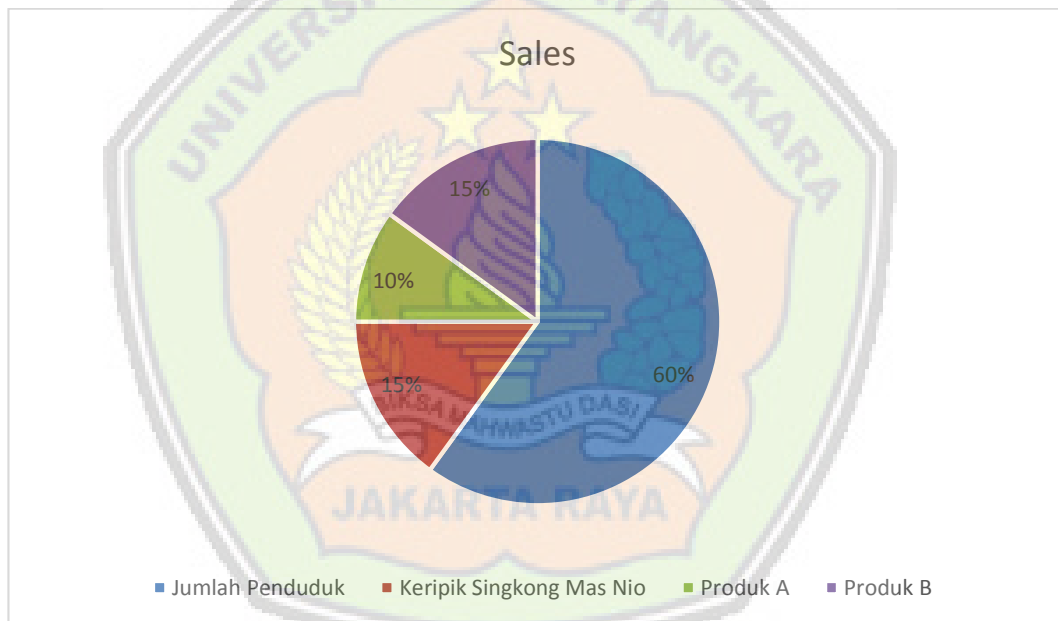
**Tabel 1.2 Jumlah Penjualan Keripik Singkong Mas Nio Dengan Produk Pesaing**

| Bulan     | Produk Mas Nio<br>Rasa Balado | Produk A | Produk B |
|-----------|-------------------------------|----------|----------|
| September | 520                           | 330      | 510      |
| Oktober   | 488                           | 310      | 508      |
| November  | 552                           | 316      | 497      |
| Desember  | 505                           | 365      | 525      |
| Januari   | 510                           | 340      | 489      |
| Februari  | 470                           | 323      | 518      |
| Rata-Rata | 507                           | 330      | 508      |

Sumber observasi (2019)

Dibawah ini pie chart potensi pasar yang diperoleh dari data jumlah penduduk 3.364 jiwa dari 2 RW di sekitar lokasi berjualan keripik singkong Mas Nio.

**Gambar 1.2. Pie Chart Potensi Pasar Sekitar Keripik Singkong Mas Nio**



Sumber observasi (2019)

Dari *pie chart* di atas sangat terlihat potensi pasar masih besar. Maka dari itu penulis menganalisa dan mencoba mengkaji lebih dalam hal tersebut melalui laporan yang berjudul “Analisis Sistem Pemasaran untuk meningkatkan Penjualan Keripik Singkong dengan Menggunakan Metode SWOT”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah-masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Pengusaha belum bisa meningkatkan penjualannya, ini terbukti dari penjualan masih stagnan dari bulan september-februari .
2. Penjualan keripik rasa balado yang masih jauh dari target penjualan diatas 70%.
3. Sulitnya mencari pelanggan baru dan bersaing dengan produk kompetitor.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Untuk meningkatkan penjualan terlebih pada produk kripik rasa balado. Maka dari itu penulis dapat mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi target penjualan?
2. Bagaimana merencanakan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan keripik singkong varian rasa balado dengan metode SWOT?

## **1.4 Batasan Masalah**

Dalam pembahasan masalah agar lebih terarah pada sasaran, penulis memberikan batasan-batasan antara lain :

1. Tempat objek yang diteliti hanya di toko Keripik Singkong Mas Nio.
2. Penelitian ini berfokus pada identifikasi penjualan kripik singkong rasa balado yang jauh dari target.
3. Pembahasan yang dilakukan hanya sampai penganalisaan.
4. Pembahasan yang dilakukan tidak sampai pada perhitungan biaya.

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini antara lain :

1. Mengetahui faktor internal dan eksternal yang akan mempengaruhi target penjualan.
2. Rencana strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan keripik singkong varian rasa balado dengan metode SWOT.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini antara lain :

### **1. Manfaat teoritis**

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi penelitian-penelitian selanjutnya demi mengembangkan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang manajemen sumber daya manusia pada umumnya.

### **2. Manfaat praktis**

#### **a. Bagi Penulis**

Dapat menambah pemahaman mengenai hal-hal yang berhubungan dengan teori motivasi, disiplin kerja terhadap karyawan, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya dan penerapannya di lapangan.

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

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan seta pertimbangan dalam melakukan perbaikan atau peningkatan penjualan produk.

#### **c. Bagi Universitas**

Hasil penelitian ini diharapkan sebaagai bahan kajian ilmu dan menambah referensi bagi penelitian selanjutnya.

## **1.7 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Toko Keripik Singkong Mas Nio yang berlokasi di Pondok Ungu Permai, Bekasi dari tanggal 15 Januari sampai dengan 28 Februari 2019.

## **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 :

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 pemasarannya.

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**

Bab ini merupakan penjelasan secara garis besar tentang metode penelitian berupa langkah langkah dalam melakukan penelitian mulai dari pencarian data, metode pengolahan data dan analisis untuk mencapai tujuan dari penelitian ini.

#### **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 Referensi ini dianggap valid sebagai sumber landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini.

