

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di masa pandemic saat ini, Usaha Mikro Kecil Menengah atau sering disebut (UMKM) menjalani keadaan yang cukup sulit. Pendapatan semakin menurun dan persaingan ketat tentang perkembangan besar perdagangan yang efisien di mana pun publik atau di seluruh dunia yang tidak langsung membuat kontes dengan semua yang datang.

UMKM adalah usaha pertukaran yang diawasi oleh badan usaha atau perorangan yang mengacu pada usaha keuangan yang bermanfaat menurut model yang ditentukan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) yakni ; (a) Usaha Mikro yaitu usaha produktif milik perseorangan atau badan usaha milik perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang diatur Undang-Undang. (b) Usaha Kecil yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh persorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan. (c) Usaha Menengah yaitu Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dengan jumlah kekayaan bersih.

UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan ASEAN. Sekitar 90% bentuk usaha di ASEAN adalah bentuk usaha mikro, kecil dan menengah dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 51,7-97,2%. Bisnis ini memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Oleh karena itu, kerjasama untuk pengembangan dan ketahanan bisnis usaha mikro, kecil dan menengah perlu diutamakan

Jenis UMKM dibagi menjadi dua dilihat dari produk yang dihasilkan dan dipedagangkan oleh kegiatan bisnis, yaitu barang dan jasa. Yang dimaksud barang yakni barang-barang yang dapat di indera oleh panca indera manusia, seperti makanan, alat tulis, rumah dll. Sedangkan jasa adalah produk yang tidak dapat dilihat secara kasat mata, tetapi dapat dirasakan manfaatnya setelah konsumen mengkonsumsi jasa tersebut, contohnya seperti jasa transportasi, jasa hukum dan jasa Kesehatan.

Pelaku UMKM harus memperhatikan berbagai aspek dalam melakukan kegiatan usaha, antara lain :

1. Memahami konsep produk maupun jasa secara baik.
2. Mempunyai visi dan misi perusahaan.
3. Mempunyai mental yang Tangguh dan mau belajar agar menjadi pelaku usaha yang sukses.
4. Membuat perencanaan dan strategi bisnis agar mampu meminimalkan usaha dari risiko bisnis dan keuangan.
5. Memahami strategi pemasaran.

Memahami strategi pemasaran adalah kemampuan untuk menjual atau mendistribusikan produk yang dimiliki agar target usaha dapat tercapai. Para pelaku usaha harus memiliki kepekaan dalam melibatkan peluang yang ada di sekitarnya.

Perubahan lingkungan akibat pandemic seperti ini sulit diantisipasi, juga dinilai pasti di kemudian hari. Perubahan ekologis tersebut memiliki akibat yang merugikan yaitu akan memberatkan UMKM dan dampak positifnya akan membantu daya dukung atau kemajuan UMKM itu sendiri.

Terkait dengan perkembangan UMKM penulis ingin memilih salah satu UMKM di Kabupaten Bekasi yaitu Dymbon Foods sebagai objek Penelitian. Menyadari bidang usaha makanan sedang ramai dan jumlah competitor dibidang usaha yang sama cukup banyak maka perlu adanya

Strategi manajemen pemasaran yang inovatif dan kreatif untuk beradaptasi dengan perubahan iklim luar dan dalam dapat dilihat dengan kualitas, kelemahan, bahaya, dan peluang. UMKM Dymbon Foods dimiliki oleh Bapak Rizki yang memulai kegiatan usahanya pada bulan Maret 2018. Untuk karyawan menggunakan sistem gaji bulanan, dan produk yang dihasilkan sebanyak 8 produk, rincian produk dan harga diantaranya :

Tabel 1. 1 Tabel Data Produk Dymbon Foods

DATA PENJUALAN DYMBON FOODS								
BULAN DESEMBER 2020								
Kode	Nama Produk	Planning	Terjual	Satuan	Gap	Persentase	Harga	Jumlah
B001	Keripik Usus Dymbon	500	211	Pcs	-289	-29%	Rp 15.000	Rp 3.165.000
B002	Goreng Garem Betawi	500	421	Pcs	-79	-8%	Rp 12.000	Rp 5.052.000
B003	Sempolan Ayam Frozen	100	210	Pcs	110	11%	Rp 18.000	Rp 3.780.000
B004	Bola Pisang Lumer	200	210	Pcs	10	1%	Rp 10.000	Rp 2.100.000
B005	Puding Cake Regal	100	178	Pcs	78	8%	Rp 15.000	Rp 2.670.000
B006	Donsis Goreng	100	88	Pcs	-12	-1%	Rp 35.000	Rp 3.080.000
B007	Salad Buah Creamy	300	312	Pcs	12	1%	Rp 25.000	Rp 7.800.000
B008	Paket Catering	1000	1300	Pcs	300	30%	Rp 15.000	Rp 19.500.000
TOTAL								Rp 47.147.000

Sumber : Dymbon Foods 2020

Sebagian produk yang dimiliki di proses dengan cara *Make to Order*, seperti Puding Cake Regal, Salad Buah Creamy dan Paket Catering. Hanya memproduksi sesuai permintaan saja.

UMKM Dymbon Foods pada awalnya hanya menjual produk Keripik Usus Dymbon. Namun, saat ini berkembang menjadi memproduksi berbagai produk. Dilihat berdasarkan omset per bulan UMKM Dymbon Foods masuk ke dalam kategori Usaha Menengah karena besaran omset rata-rata per bulan mencapai 50 juta. Saat ini UMKM Dymbon Foods memiliki karyawan 10 orang yang terbagi menjadi beberapa unit kerja, yaitu bagian keuangan, teknis, dan produksi.

Pada perjalanannya UMKM Dymbon Foods tentunya menghadapi berbagai hambatan dan tantangan dalam pelaksanaan usahanya, diantaranya yaitu menurunnya jumlah pendapatan diakibatkan adanya perubahan lingkungan, seperti pandemic yang saat ini sedang dihadapi kita semua.

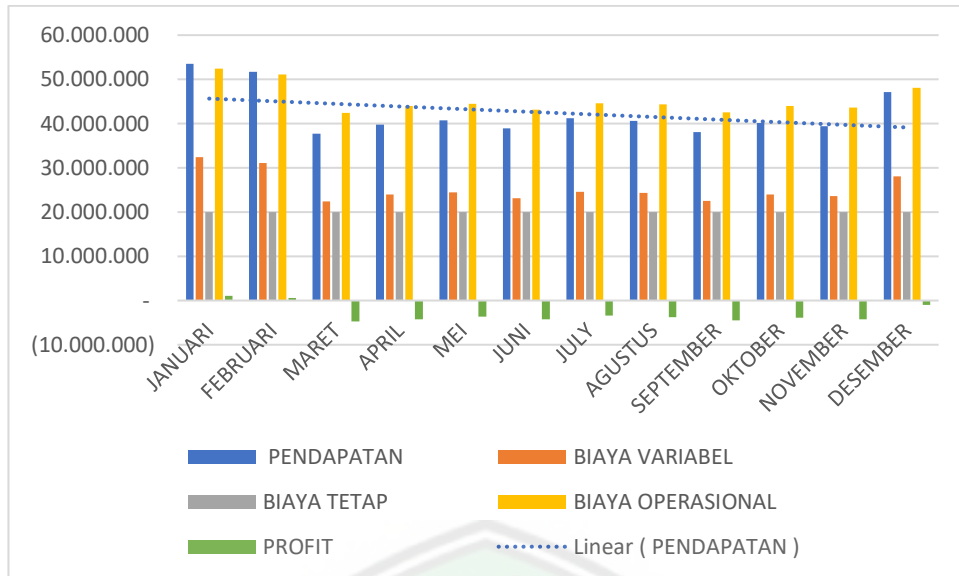
Berikut data pendapatan UMKM Dymbon Foods Tahun 2020 ;

Tabel 1. 2 Data Pendapatan UMKM Dymbon Foods 2020

BULAN	PENDAPATAN	BIAYA VARIABEL	BIAYA TETAP	AYA OPERASION	PROFIT
JANUARI	53.471.000	32.462.000	20.000.000	52.462.000	1.009.000
FEBRUARI	51.687.000	31.139.000	20.000.000	51.139.000	548.000
MARET	37.675.000	22.436.000	20.000.000	42.436.000	- 4.761.000
APRIL	39.713.000	23.964.000	20.000.000	43.964.000	- 4.251.000
MEI	40.765.000	24.460.000	20.000.000	44.460.000	- 3.695.000
JUNI	38.892.000	23.152.000	20.000.000	43.152.000	- 4.260.000
JULY	41.206.000	24.587.000	20.000.000	44.587.000	- 3.381.000
AGUSTUS	40.592.000	24.300.000	20.000.000	44.300.000	- 3.708.000
SEPTEMBER	38.060.000	22.554.000	20.000.000	42.554.000	- 4.494.000
OKTOBER	40.119.000	23.945.000	20.000.000	43.945.000	- 3.826.000
NOVEMBER	39.387.000	23.635.000	20.000.000	43.635.000	- 4.248.000
DESEMBER	47.147.000	28.082.000	20.000.000	48.082.000	- 935.000

Sumber : Dymbon foods 2020

Dari Tabel 1.2 kemudian digambarkan kedalam grafik dibawah ini :



Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Dymbon Foods 2020

Sumber : Pengolahan Data 2021

Diketahui UMKM Dymbon Foods memiliki target pendapatan Rp 50.000.000 / Bulan. Namun, karena adanya pandemic covid-19 pemerintah menetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), sehingga dampaknya sangat mempengaruhi bagi UMKM salah satu nya Dymbon Foods.

Selain perubahan lingkungan, pesaing merupakan hal yang harus diperhatikan dalam suatu usaha. Diketahui ada beberapa usaha sejenis dengan menjual produk yang sama di Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi yaitu :

Tabel 1. 3 Data Pesaing

Ranking	Nama Usaha	Strenght	Weakness	Opportunity	Threat
1	Salad Buah	Banyaknya varian topping	Lokasi yang jauh	Sudah banyak pelanggan tetap	Banyak usaha sejenis menjual

	Ummaya				harga lebih murah
2	Sulton Catering	Sudah mendirikan usaha lebih lama dan terpercaya dari segi rasa dan kualitas	Menggunakan Teknik memasak <i>slow cooking</i>	Menu makanan yang sering dicoba karena jarang tersedia di tempat makan lainnya	Pelayanan yang lama
3	Dapur Citra	Memiliki kemasan yang bagus	Pelayanan tidak ramah	Pemasarannya sudah luas	Banyak customer tidak nyaman dengan pelayanan yang diberikan
4	Dymbon Foods	Harga yang relative murah	Pemasaran belum optimal	Banyak varian menu	Belum terjangkau luas
5	Salad Buah Sheka	Isian macam-macam buahnya lebih banyak	Baru mendirikan usaha dan belum banyak orang tau	Mengutamakan keramahan pada pelanggan	Memiliki rasa yang lebih asam

6	Toko aneka makana n ringan	Menjual dengan lengkap aneka makanan ringan	Hanya menjual per bal dan tidak di keteng	Pelayanan memuaskan, rapi dan bersih	Bukan jenis makan yang dipilih untuk pelajar
---	-------------------------------------	--	--	--	--

Sumber : Pengolahan Data 2020

Dengan adanya hal tersebut, maka hal yang utama disini dilakukan UMKM Dymbon Foods dalam mempertahankan kelangsungan hidup bisnis usahanya adalah menghadapi adanya persaingan khususnya di daerah Kecamatan Tambun Selatan. Persaingan yang semakin ketat dan tajam khususnya pada UMKM Dymbon Foods mengakibatkan usaha ini membutuhkan antisipasi yang tepat dan akurat sehingga usaha ini dapat memasarkan produknya ke para konsumennya

Berdasarkan permasalahan diatas penulis akan membahas lebih dalam mengenai **“Analisis kelayakan usaha pada UMKM Dymbon Foods dengan metode SWOT”** Analisis SWOT ini digunakan untuk menghasilkan adanya beberapa alternatif strategi untuk pengambilan keputusan strategi mana yang baik dijalankan. memutuskan periklanan para eksekutif untuk meningkatkan keseriusan UMKM, dimana siklus promosi menggunakan analisis SWOT".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat diidentifikasi permasalahan yang terdapat pada UMKM Dymbon Foods, antara lain:

1. Proses pendapatan UMKM Dymbon Foods masih belum sesuai target.
2. Tidak diketahui masalah penyebab penurunnya pendapatan pada UMKM Dymbon Foods.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana menentukan permasalahan yang mengakibatkan pendapatan tidak sesuai target dengan metode SWOT
2. Apa penyebab utama yang melibatkan tidak tercapainya target pendapatan.
3. Bagaimana memberikan usulan perbaikan untuk menentukan layak dan tidaknya usaha ini.

1.4 Batasan Masalah

Masalah yang dihadapi UMKM Dymbon Foods dalam kegiatan usaha dibidang makanan sangat luas, tetapi dengan Batasan masalah yang ditentukan penulis, maka penulis hanya ingin melakukan penelitian penerapan strategi pemasaran berdasarkan Analisis SWOT.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Menentukan permasalahan yang mengakibatkan pendapatan tidak sesuai target dengan metode SWOT
2. Menentukan penyebab utama yang melibatkan tidak tercapainya target pendapatan
3. Memberikan usulan perbaikan untuk menentukan layak dan tidaknya usaha ini.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat secara teoritis

1. Bagi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Dapat digunakan sebagai referensi Tugas Akhir di bidang manajemen pemasaran khususnya untuk prodi Teknik Industri. Serta dapat menambah koleksi karya ilmiah bagi perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

2. Bagi UMKM Dymbon Foods

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi perpustakaan dalam melihat kondisi perusahaan saat ini, dan bagaimana menghadapi kondisi persaingan usaha yang semakin kompetitif terutama di era teknologi yang semakin maju.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan bagi peneliti untuk lebih memahami kegiatan manajemen pemasaran secara langsung yang bertitik focus pada kegiatan usaha dan bagaimana menghadapi kondisi persaingan usaha yang semakin kompetitif.

2. Manfaat secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi bagi manajemen dalam mengambil keputusan, khususnya UMKM dalam melihat kondisi lingkungan dan menentukan strategi pemasaran perusahaan, serta dapat digunakan sebagai pertimbangan perusahaan dalam mengambil keputusan.

1.7 Tempat dan Waktu Penelitian

Adapun tempat dan waktu penelitian berdasarkan judul skripsi penulisan sebagai berikut :

a. Tempat

Seluruh kegiatan penelitian skripsi dilaksanakan di UMKM Dymbon Foods, dengan alamat JL KH Abu Bakar Tambun Selatan, Bekasi, Jawa Barat, Indonesia.

b. Waktu Pelaksanaan

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Oktober 2020 sampai dengan Maret 2021.

1.8 Metode Penelitian

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan :

1. Metode Observasi

Dilakukan dengan cara mengamati dan mempelajari secara langsung pengolahan data pada dymbon foods dalam kegiatan promo dan penjualan yang sedang berjalan.

2. Metode Pustaka

Dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan mengutip catatan yang berhubungan dengan penelitian ini.

3. Metode Wawancara

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah meyakinkan data yang diperoleh akurat. Dalam pengumpulan data tersebut penulis mewawancari kepada pihak yang terlibat dengan masalah yang diteliti yaitu pemilik UMKM Dymbon Foods.

1.9 Sitematika Penulisan

Penulisan ini dengan menggunakan standart dan sistematika yang telah ditetapkan. Tulisan ini dibagi kedalam lima bab, yaitu :

a. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, waktu dan tempat penelitian, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

b. **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini dijelaskan bahwa landasan teori atau pemikiran yang digunakan untuk melakukan penelitian.

c. **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi metode-metode pendekatan permasalahan dinyatakan dalam perumusan masalah.

d. **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini memuat suatu rancangan baru untuk memecahkan masalah yang dibahas sesuai dengan tujuan penelitian.

e. **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini dijelaskan tentang kesimpulan yang didapatkan setelah melakukan penelitian dan saran yang dapat dilakukan setelah pelaksanaan penelitian.



