

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dari waktu ke waktu bisnis usaha dibidang bakso goreng terus berkembang pesat, baik dari segi bidang kualitas ataupun kuantitas. Faktanya berdasarkan kenyataan bahwa makanan sebagai kebutuhan pokok manusia, bakso goreng ini sangat mudah untuk dihidang karena hanya dengan membelinya sudah bisa langsung dinikmati dan bisa dicampur dengan makanan lain seperti mie, nasi dan lain-lainnya.

Guna memenuhi kebutuhan kesehatan tubuh manusia, berbagai jenis bakso goreng telah diproduksi yang bekerja keras untuk menjadikan hasil dari produknya mempunyai kelebihan-masing. Dalam hal ini, untuk mendukung berjalannya usaha dan berkembangnya dalam usaha maka kegiatan pemasaran yang baik dan tepat sangatlah penting dalam memegang peranan tersebut.

Persaingan yang ketat dibidang UKM (Usaha kecil dan Menengah) menjadikan sedikit sulit untuk penjualan, karena sudah banyak masyarakat yang menjalankan UKM (Usaha Kecil dan Menengah). Perkembangan dan pertumbuhan UKM dapat di artikan sebagai salah satu indikator dapat membangun ekonomi masyarakat sekitar.

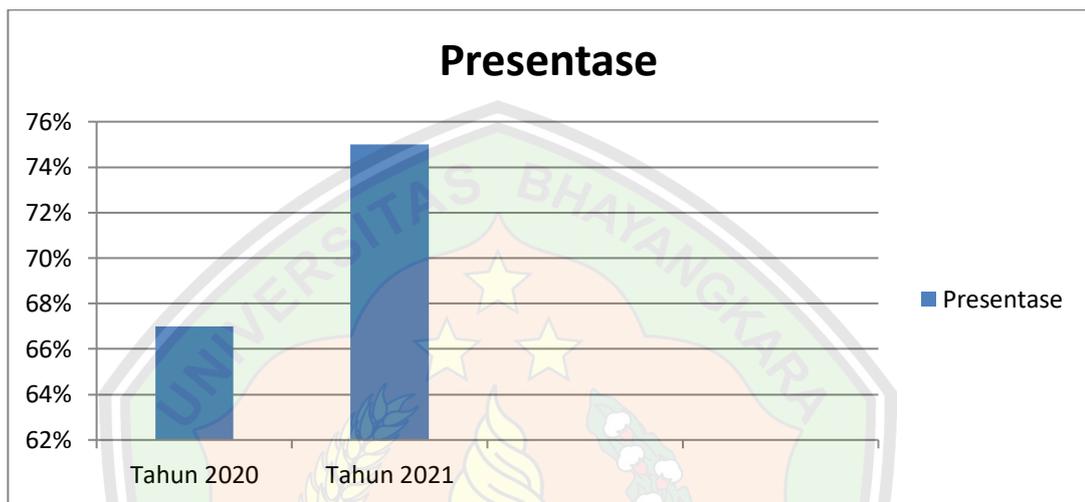
Tabel 1. 1 Produk Makanan Ringan Bakso Goreng di Kota Bekasi

Merk Bakso goreng	Harga Bakso Goreng	Harga dalam 1gram	Bentuk Kemasan Bakso Goreng
“A” (Produk Pesaing)	Rp15.000 @150gr	Rp 100	Tempat makanan plastik.
“B” (Produk Pesaing)	Rp12.000 @150gr	Rp 80	Plastik kiloan ditutup dengan staples.
“C” (Produk Pesaing)	Rp20.000 @200gr	Rp 100	Plastik <i>food grade</i> full print dengan <i>zip lock</i> .
“D” (Produk Pesaing)	Rp17.000 @150gr	Rp 113,3	Plastik mika.
“SSG” (Produk Yang Diteliti)	Rp 21.000 @250gr	Rp 84	Plastik <i>food grade</i> dengan <i>zip lock</i> dan ditempel stiker.

Sumber: Pengolah Data (2021)

UKM Makanan ringan Bakso Goreng adalah usaha yang memproduksi bakso goreng berdiri sejak tahun 2013, merupakan usaha *home industry* yang berlokasi di Kota Bekasi. UKM tersebut memiliki 3 karyawan, dimana masing-masing karyawan mempunyai tugas yang berbeda dan saling berkordinasi satu sama lain. UKM Bakso goreng memasarkan produknya melalui online dan melalui reseller yang bertujuan memudahkan konsumen untuk membeli produk bakso goreng tersebut.

Perkembangan makanan ringan di Indonesia bisa dikatakan laris dikarenakan produk makanan ringan dianggap praktis dan bisa dijadikan cemilan disituasi apapun. Menurut Direktur PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) Paulus Tedjosutikno telah terjadi kenaikan penjualan pada produk bakso goreng pada tahun 2021 sebesar 8,1% dari tahun sebelumnya dikarenakan banyaknya peminat pada produk bakso goreng. Berikut data kenaikan makanan ringan dari PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD)



Grafik 1. 2 Data Perkembangan Penjualan Makanan Ringan

(Sumber : Databoks Katadata)

Keistimewaan bakso goreng ialah mudah dikonsumsi, dengan cita rasa yang asin dan juga pedas dikarenakan rata-rata masyarakat Indonesia suka akan cita rasa pedas serta mudah dibawa ke berbagai tempat karena dikemas dengan kemasan yang anti tumpah.

Pada tabel 1.1 di atas menjelaskan bahwa harga bakso goreng bakso goreng per gram termahal adalah merk "D" dengan harga Rp. 113,3/gram dan bakso goreng per gram termurah yaitu merk "B" dan "X". Sedangkan isi dari makanan ringan bakso goreng yang memiliki gram terbesar adalah merk "X".

Produk merk "X" olahan UKM Bakso goreng mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan dengan produk sejenisnya yang lain, salah satu keunggulannya ialah dengan menggunakan bahan terbaik untuk olahan bakso

yang menjadi nilai jual produk merk "X". Disamping itu harga jual produk ini sedikit lebih mahal dibandingkan produk pesaing.

Untuk target penjualan yang di inginkan oleh UKM rata-rata sebanyak 3.000 bungkus perbulan dengan total 7500 kg, namun pemilik UKM belum mencapai target penjualan dalam perbulan, dimana pencapaian penjualan rata-rata perbulan di tahun 2021 1.729 bungkus dengan total 2.593 kg. Konsumen lebih memilih harga yang lebih murah dibanding bakso goreng yang bermerk "X" yang dihargai senilai Rp. 21.000/250gram.

Permintaan yang tinggi di sekitar Jati Asih dan Rawalumbu dikarenakan adanya supplier di daerah tersebut. Dan permintaan yang paling rendah di daerah Bekasi Timur Duren Jaya, dikarenakan peminat dan penjualan yang masih kurang.

Untuk produk bakso goreng yang bermerk "X" ini sudah tersebar diseluruh Provinsi Jawa Barat, namun untuk daerah Bekasi masih minim dalam penjualan, yaitu di daerah Bekasi Timur Duren Jaya. Yang dimana masih kurang reseller atau konsumen yang berminat untuk membeli produk olahan UKM.

Ditahun 2021 selama satu tahun terjadi ketidakstabilan dalam penjualan yang dimana terjadi naik turunnya walaupun tidak terlalu signifikan yaitu berkisar rata rata 200 bungkus.

Makanan ringan bakso goreng merk SSG ini dapat dikonsumsi dari usia 12 tahun hingga usia 40an, dikarenakan bakso goreng ini sangat renyah dan tidak bertekstur keras seperti bakso goreng merk lainnya.

Tabel 1. 2 Penjualan Bakso goreng Bakso Goreng "X" Tahun 2021.

Bulan	Jumlah Terjual (per-bungkus)	Jumlah dengan Satuan Kg
Januari	2300	575
Februari	2100	525
Maret	2000	500
April	1800	450
Mei	1875	467
Juni	1850	463
Juli	1700	425
Agustus	1600	400
September	1550	388
Oktober	1400	350
November	1375	344
Desember	1200	300
Total Terjual	20750	5187
Rata-rata perbulan	1.729	2593
Dalam satu tahun		

Sumber : UKM SGG

Pada data diatas diambil dari satu tahun sebelumnya, yang dimana setiap tahun jumlah penjualan tidak stabil, disetiap tahun mempunyai data penjualan terendah pada setiap bulannya. Hal tersebut dikarenakan bertepatan dengan masuknya bulan puasa.

Ditahun 2021 mengalami perubahan penjualan, walaupun tidak secara signifikan namun hal ini pemilik UKM menginginkan hasil penjualannya terus

meningkat hingga mencapai target, yaitu mencapai 3.000 bungkus dengan total 7500 kg dalam perbulan. Disini dapat dilihat pada bulan April mengalami penurunan, karena faktor dibulan puasa yang pada bulan tersebut kurangnya peminat.

Untuk penjualan bakso goreng bermerk "X" tersebut menggunakan media sosial yang dimana hanya menggunakan aplikasi whatsapp untuk memasarkan produknya, yang di tangani oleh si pemilik UKM langsung, tetapi tidak semua media sosial dipergunakan. Pemilik UKM juga menjual produknya di salah satu supermarket. Data penjualan pada salah satu supermarket yaitu rata-rata 6.000 bungkus dengan total 1.500 kg perbulan.

Dengan berkembangnya perusahaan bakso goreng yang semakin banyak, tidak semua perusahaan bisa bertahan lama. Karena faktor-faktor yang tidak sempurna, termasuk faktor manajemen yang sederhana, kurangnya modal komersial, dan hilangnya konsumen yang menjadikan produsen tersebut bangkrut. Pada suatu bidang pemasaran, salah satu kondisi yang paling sulit yaitu membuat pelanggan dapat selalu menggunakan produk yang disediakan oleh penjual atau sering disebut dengan "*customer loyalty*" (Hubspot 2021).

Memang tidak mudah memahami perilaku konsumen, karena konsumen memiliki karakteristik yang tidak semuanya sama. Dalam hal ini didapatkan beberapa pengaruh dari faktor itu sendiri serta faktor lingkungannya. Perbedaan ini akan mempengaruhi minat dan perilaku konsumen saat menentukan pilihan tentang produk yang diinginkan. Di sisi yang lain, keinginan konsumen dalam pembelian dapat mempengaruhi segi sosial, pribadi, budaya, dan juga sisi psikologis konsumen itu sendiri (Zein Achmad 2021).

Dalam hal ini dibutuhkan suatu metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Oppurtunities, Threats). Yang dimana hal ini dimaksud Strengths (kekuatan) adalah kekuatan dari produk untuk konsumen, Weaknesses (kelemahan) dimaksudkan yaitu kelemahan dari produk yang dihasilkan untuk konsumen, Oppurtunities (peluang) dimana produk yang dihasilkan harus benar-benar bisa dipasarkan ketika dibutuhkan, Threats (ancaman) dalam hal ini kita harus melihat ancaman yang akan diterima karena metode SWOT membantu untuk menetapkan

prioritas mana saja yang harus didahulukan oleh perusahaan. Tanpa adanya informasi dari analisis SWOT, tentu saja tidak dapat mengetahui potensi pasar, minat dan peluang pasar yang bisa dimanfaatkan. Dan diperkuat lagi dengan metode QSPM karena sangat berhubungan dengan beberapa metode seperti metode SWOT dan digunakan dalam tahap input dan analisis sebagai bentuk informasi untuk tahap QSPM itu sendiri.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian yang telah diterangkan pada latar belakang, kita bisa mengidentifikasi masalah, berikut dari beberapa masalah :

1. Tidak terpenuhinya target penjualan yang diinginkan oleh UKM
2. Pesaing UKM SSG yang semakin ketat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan, oleh karena itu rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apa kekuatan didalam produk makanan ringan bakso goreng merk SSG?
2. Apa kelemahan didalam produk makanan ringan bakso goreng merk SSG?
3. Apa peluang didalam produk makanan ringan bakso goreng merk SSG?
4. Apa ancaman didalam produk makanan ringan bakso goreng merk SSG?
5. Bagaimana caranya meningkatkan penjualan produk makanan ringan bakso goreng dengan metode SWOT?
6. Bagaimana analisis strategi pemasaran menurut QSPM?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah diperuntukan menghindari adanya penyimpangan atau memperluas cakupan subjek, sehingga penelitian lebih terfokus dan mudah dibahas, sehingga mencapai tujuan penelitian. Beberapa batasan masalah penelitian diantaranya :

1. Makanan ringan yang diproduksi di UKM sebagai produk penelitian adalah bakso goreng sejenis bakso goreng (kripik,krupuk).
2. Data hanya diambil dari bulan Januari hingga Desember 2021.
3. Area penjualan meliputi Kota Bekasi Timur, di Perumahan TU Duren Jaya.
4. Penelitian ini tidak membahas aspek finansial di UKM Bakso goreng.
5. Pejualan produk bakso goreng ini sudah tersebar di seluruh Indonesia, namun penelitian hanya berfokus di Perumahan TU Duren Jaya, Bekasi Timur.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui kekuatan dalam produk bakso goreng merk SSG.
2. Untuk mengetahui kelemahan dalam produk bakso goreng merk SSG.
3. Untuk mengetahui peluang dalam produk bakso goreng merk SSG.
4. Untuk mengetahui ancaman dalam produk bakso goreng merk SSG.
5. Untuk menganalisis cara meningkatkan penjualan dengan menggunakan metode SWOT.
6. Untuk mengetahui tindakan yang tepat sebagai peningkatan pemasaran yang harus dilakukan dengan menggunakan metode QSPM.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian diharapkan menjadi masukan untuk pemilik UKM (Usaha Kecil dan Menengah)
2. Menjadikan bahan pertimbangan untuk pemilik UKM (Usaha Kecil dan Menengah)

1.7 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Penelitian dilaksanakan pada UKM (Usaha Kecil dan Menengah) yang berlokasi di daerah kelurahan Jatirasa, dan penelitian dilakukan selama kurang lebih 1 bulan. Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2021 yang berlokasi di daerah Bekasi.

1.8 Metode Penelitian

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan dokumen yang dibutuhkan dengan cara pengamatan dilokasi UKM yang menjadi objek penelitian, dan untuk melakukan pengumpulan data dilakukan melalui observasi secara langsung, wawancara dengan pemilik usaha serta melakukan dokumentasi.

1.9 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi yang baik, diperlukan sistem penulisan skripsi yang tepat. Sistem penulisan yang baik yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan akan berisikan penjelasan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang akan digunakan untuk penelitian, perancangan dan usulan dalam membuat penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian bab ini berisi tentang alur proses penelitian dan dilaksanakan dengan metode SWOT.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat tentang perhitungan data yang sudah didapat, sehingga dapat memperoleh hasil yang nantinya akan memperjelas tujuan penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bagian bab ini dijelaskannya tentang kesimpulan yang sudah diambil dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, analisis data dan yang dapat dibuat berdasarkan penelitian yang telah selesai.

DAFTAR PUSTAKA

Dalam bagian ini biasanya berisi daftar referensi acuan dalam penulisan, seperti buku, dan sumber-sumber penelitian lainnya.

