

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak nya minat masyarakat untuk membangun usaha merupakan suatu perubahan yang baik terhadap pertumbuhan dan perkembangan perekonomian di Kota Bekasi, tetapi hal ini juga mengakibatkan unit persaingan menjadi semakin kian ketat dan penjualan sedikit lebih sulit. IKM Roti Ganto merupakan salah satu industri roti di Kota Bekasi yang mengalami dampak dari berkembangnya minat usaha masyarakat.

IKM Roti Ganto berdiri sejak tahun 2015, dengan visi “Menyediakan produk roti dengan kualitas tinggi namun tetap dengan harga yang terjangkau”. IKM Roti Ganto berlokasi di Kota Bekasi, lebih tepatnya di Jln. Kaliabang Tengah. IKM Roti Ganto memiliki 20 karyawan yang dimana masing – masing karyawan memiliki pekerjaan yang berbeda serta saling berkoordinasi. Proses penjualan IKM Roti Ganto menggunakan metode menjemput pelanggan, para karyawan keliling di pagi hari dan sore hari dengan menggunakan sepeda motor untuk memasarkan produk kepada konsumen. IKM Roti Ganto memiliki beberapa macam jenis roti seperti roti coklat, roti coklat keju, roti keju, roti pisang, roti strawberry, roti blueberry, roti meses, roti susu, roti srikaya.

Penjualan IKM Roti Ganto mengalami penurunan sehingga menyebabkan tidak terpenuhi nya target yang telah ditentukan sehingga IKM Roti Ganto mengalami kerugian. Tentu saja hal itu terjadi karena di sebabkan oleh berapa faktor, baik faktor Internal maupun Eksternal.

Faktor Internal yang menyebabkan volume penjualan menurun diantaranya yaitu kurang nya pengenalan produk atau promosi, dimana pada era yang serba digitalisasi ini seharusnya IKM Roti Ganto sudah memanfaatkan media digital namun pada saat ini proses pengenalan produk atau promosi yang diterapkan oleh IKM Roti Ganto hanya memanfaatkan media komunikasi secara langsung hal itu menyebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap produk sehingga mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli produk dan akan berdampak

terhadap volume penjualan terhadap produk IKM Roti Ganto.

Faktor Eksternal adalah banyak pesaing yang cukup terkenal dari segi kualitas maupun kuantitas diantaranya adalah *Global Bakery*, *Diana Bakery*, *Holland Bakery*, Roti Anget, dan toko kue kering sekitar IKM Roti Ganto.

Pada faktor Internal dan eksternal terjadi adanya beberapa perbedaan situasi antara IKM Roti Ganto dengan para pesaing berdasarkan unsur 4P, diantaranya:

Tabel 1. 1 Perbedaan Faktor Internal dan Eksternal IKM Roti Ganto

No	IKM Roti	Pesaing
Product		
1	Menggunakan bahan kualitas baik, banyak <i>variant</i> rasa namun kemasan kurang menarik, merk belum terkenal.	Menggunakan bahan kualitas premium, menyediakan beraneka ragam roti (panggang, kukus, goreng), kemasan yang cukup rapi dan merk yang sudah dikenal.
Price		
2	Memasang harga relatif terjangkau karena dengan harga Rp. 2.000 / <i>product</i> untuk semua jenis <i>variant</i> roti.	Memasang harga Rp.5.000 s. d Rp.50.000 untuk jenis roti kukus yang sama.
Place		
3	Tidak mempunyai toko dan menggunakan sistem berjualan keliling atau jemput konsumen.	Menyediakan toko sebagai tempat untuk transaksi.
Promotion		
4	Melakukan promosi secara langsung kepada konsumen.	Melakukan promosi via media sosial dan menyebarkan brosur secara langsung kepada para konsumen.

Pada tabel 1.1 menjelaskan bahwa perbedaan yang terjadi antara IKM Roti Ganto dan para pesaing menjadi faktor utama penyebab penurunnya volume penjualan IKM Roti Ganto. Hal tersebut berdasarkan tabel dibawah ini:

Tabel 1. 2 Data Penjualan 5 Tahun terakhir

No	Tahun	Jumlah Penjualan Roti (Pcs)	Target Penjualan (Pcs)
1	2016	2.230.500	2.000.000
2	2017	2.500.000	2.000.000
3	2018	1.620.000	2.000.000
4	2019	1.248.500	2.000.000
5	2020	1.100.000	2.000.000

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa penurunan volume penjualan roti ganto terjadi selama 3 tahun ke belakang, fenomena tersebut disebabkan oleh beberapa hal yaitu diantaranya karena konsumen sudah mulai jenuh dengan produk, tidak adanya perubahan varian produk, dan terjadi pembatasan wilayah karena *pandemic covid-19*.

Untuk menghadapi persaingan pasar yang cukup ketat baik dalam skala besar, menengah, maupun kecil bergantung pada kualitas produk yang ditawarkan dan pemasaran produk yang diterapkan serta posisi usaha yang strategis.

Pada permasalahan yang ada pada IKM Roti Ganto kondisi lingkungan yang ada yaitu kurang menguntungkan hal itu disebabkan karena IKM Roti Ganto dikelilingi oleh para pesaing dengan produk yang serupa dengan terjadinya hal itu perusahaan harus mengidentifikasi lingkungan sekitar usaha untuk mengetahui posisi usaha sekitar apakah akan memberikan peluang maupun ancaman bagi usaha dan menerapkan perancangan strategi pemasaran yang efektif serta sesuai untuk meningkatkan profit penghasilan dan menjaga kestabilan penjualan bagi perusahaan tersebut.

Dengan adanya masalah yang terjadi maka penulis tertarik melakukan suatu penelitian dengan judul **“ANALISA STRATEGI PEMASARAN PADA IKM ROTI GANTO GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian yang ada pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi, berikut dari beberapa masalah:

1. Terdapat faktor Internal berupa promosi dan pengenalan *product* yang kurang baik, dan Eksternal berupa meningkatnya jumlah para pesaing sehingga menyebabkan volume penjualan menurun.
2. Belum adanya strategi pemasaran yang tepat untuk permasalahan menurunnya volume penjualan.
3. Terindikasi posisi *segment* pasar yang belum sesuai sehingga menyebabkan volume penjualan menurun.

1.3 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana identifikasi faktor intrernal dan Eksternal yang dapat menurunkan volume penjualan IKM Roti Ganto?
2. Bagaimana strategi pemasaran untuk IKM Roti Ganto dengan menggunakan analisis SWOT ?
3. Bagaimanakah posisi segmentasi pasar IKM Roti Ganto dengan menggunakan matriks duncan?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah diperuntukan menghindari adanya penyimpangan dan menyederhanakan ruang lingkup. Beberapa batasan dari masalah penelitian diantaranya:

1. Penulis hanya mendapat data penjualan per tahun IKM Roti Ganto.
2. Penulis tidak secara spesifik membahas keuangan IKM Roti Ganto.
3. Penulis hanya membahas analisa faktor Internal dan Eksternal serta strategi pemasaran pada penjualan IKM Roti Ganto.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi faktor Internal dan Internal yang dapat menyebabkan penurunan volume penjualan.
2. Mengetahui strategi yang tepat untuk mengatasi masalah penurunan volume penjualan.
3. Mengetahui posisi relatif lingkungan IKM Roti Ganto.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan akan didapat dari penelitian ini adalah:

1. Penulis:
Sebagai syarat pemenuhan skripsi yang berisikan informasi berguna bagi kelangsungan hidup IKM Roti Ganto.
2. Hasil penelitian diharapkan menjadi saran dan masukan serta bahan pertimbangan yang harus diterapkan oleh pemilik IKM Roti Ganto untuk kelangsungan hidup IKM Roti Ganto.

1.7 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada IKM (Industri Kecil dan Menengah) yang berlokasi di daerah kelurahan Kaliabang Tengah, dan penelitian dilakukan selama kurang lebih 1 bulan. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2021 yang berlokasi di daerah Bekasi.

1.8 Metode Penelitian

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan dokumen yang dibutuhkan dengan cara pengamatan di lokasi IKM yang menjadi objek penelitian, dan untuk melakukan pengumpulan data dilakukan melalui observasi secara langsung, wawancara dengan pemilik usaha serta penyebaran kuesioner kepada konsumen.

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.

LAMPIRAN