

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peningkatan pelaku usaha dalam skala industri di Indonesia sedang sangat pesat pertumbuhannya dan memberikan dampak yang baik bagi perekonomian masyarakat pelaku usaha. Industri kecil termasuk dalam kegiatan Masyarakat untuk mendorong perekonomian Indonesia menjadi lebih baik, salah satu peranan tentang keberadaan kegiatan industri dalam lingkungan ialah menambah lapangan pekerjaan demi mendorong perekonomian semakin maju dan berkembang. Namun, perkembangan kegiatan usaha dalam sektor industri kecil memiliki daya saing yang cukup ketat dalam perkembangan bisnisnya.

Salah satu hal yang dapat mengganggu kegiatan industri untuk melakukan perkembangan yaitu pengetahuan yang minim dalam strategi pemasaran dan kegiatan promosi produk yang dihasilkan. Hal tersebut dapat menyebabkan produk yang dihasilkan dalam produksi tersebut menjadi tidak berkembang dan tidak inovatif. Permasalahan-permasalahan dalam meningkatkan daya saing produk yang beredar dipasaran menjadi lebih baik untuk perkembangan kegiatan usaha, oleh karena itu diperlukannya strategi yang tepat untuk meningkatkan kegiatan usaha. Salah satu faktor penyebab dalam persaingan usaha yaitu faktor kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman Metode (SWOT) berfungsi guna mencari tahu penilaian kualitas produk yang akan dipasarkan untuk memberikan kepuasan yang diinginkan pelanggan.

Kegiatan industri kecil yang dapat dilakukan masyarakat untuk meningkatkan pendapatan salah satunya dengan kegiatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM Peyek Bude adalah pelaku usaha kecil pada industri rumahan yang memproduksi makanan ringan Peyek. Peyek ialah makanan ringan atau *snack* yang banyak disukai oleh sebagian orang. Harga yang relatif terjangkau dan rasanya renyah serta gurih, membuat produk ini menjadi salah satu pilihan yang tepat disaat berkumpul bersama keluarga atau santai dengan teman.

Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM Peyek Bude didirikan sejak 7 tahun lalu tepatnya 24 Februari 2013 dengan produk yang bernama “Peyek Bude”. Pada awal tahun pembuatan Peyek Bude produk yang dihasilkan tidak terlalu banyak dikarenakan pemasaran yang masih belum meluas dan daya saing produk sejenis cukup tinggi serta banyak beredar dipasaran.

UMKM Peyek Bude memiliki 3 pesaing, pemilihan pesaing ini berdasarkan produk yang dijual sejenis dengan ukuran 200gr/pcs. Lokasi pesaing berada di kecamatan Kayu Ringin. Diantaranya UMKM Putri, UMKM Dika snack dan UMKM Yanto.

Berikut data hasil produksi Peyek Bude dan pesaing yang penulis dapatkan

Tabel 1.1. Data produksi Peyek Bude dan pesaing

Bulan	UMKM Peyek Bude /pcs	UMKM Putri /pcs	UMKM Dika snack /pcs	UMKMYanto /pcs
Juli	305	300	325	330
Agustus	290	285	310	320
September	285	270	305	310
Oktober	280	290	330	300
November	300	300	310	320
Desember	315	290	325	330
Rata -Rata	296	289	317	318

Sumber: Pengolahan Data (2019)



Gambar 1.1. Perbandingan Data Produksi Peyek Bude dan Produk Pesaing

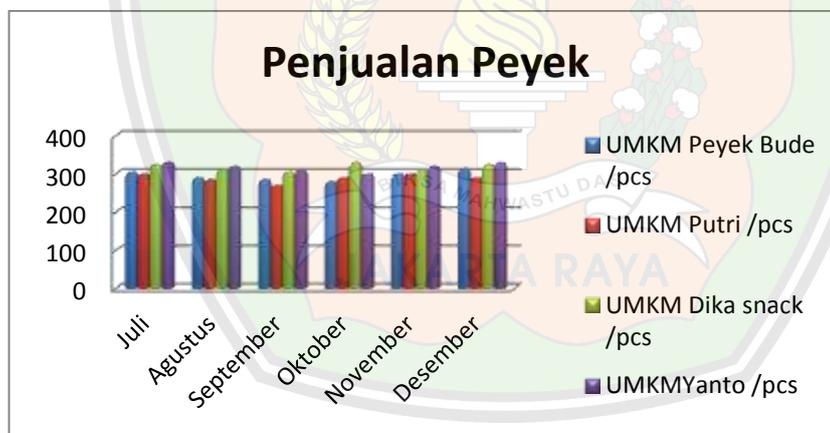
Sumber: Pengolahan Data (2019)

Berikut data hasil penjualan Peyek Bude dan pesaing yang penulis dapatkan

Tabel 1.2. Data penjualan produk Peyek Bude dan pesaing

Bulan	UMKM Peyek Bude /pcs	UMKM Putri/pcs	UMKM Dika snack/pcs	UMKM Yanto /pcs
Juli	290	279	310	315
Agustus	283	270	302	300
September	270	254	290	298
Oktober	280	280	315	290
November	285	290	300	310
Desember	300	285	320	314
Rata – Rata	285	276	306	305

Sumber: Pengolahan data (2019)



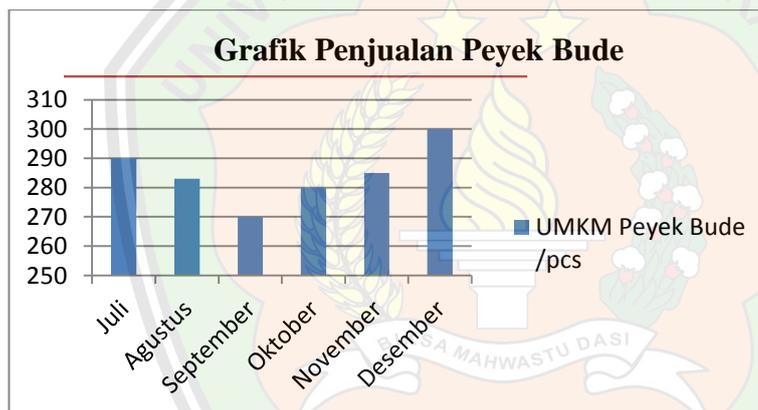
Gambar 1.2. Perbandingan data penjualan Peyek Bude dan produk pesaing

Sumber: Pengolahan data (2019)

Tabel 1.3. Data hasil penjualan produk Peyek Bude

Bulan	UMKM Peyek Bude /pcs
Juli	290
Agustus	283
September	270
Oktober	280
November	285
Desember	300
Rata – Rata	285

Sumber: Pengolahan data (2019)



Gambar 1.3 Grafik penjualan Peyek Bude

Data tabel 1.2 dan gambar 1.2 merupakan hasil jumlah penjualan Peyek Bude dan pesaing di periode juli 2019 – Desember2019. Dari hasil rata-rata jumlah diatas penjualan produk Peyek Bude berada di bawah dari 4 pesaing yang di data dari toko yang menjual produk sejenis atau sama, Peyek Bude berada di urutan ke 3 hasil dari penjualan. Maka dapat diketahui penjualan Peyek Bude berada dibawah penjualan 2 dari 4 pesaing. Oleh karena itu, perlunya penelitian lebih lanju untuk mengetahui strategi pemasaran pada produk Peyek Bude menggunakan metode SWOT.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas dapat di identifikasikan masalah di UMKM Peyek Bude sebagai berikut:

1. Rata-rata penjualan UMKM Peyek Bude berada di bawah dua pesaingnya (UMKM Dika dan UMKM Yanto)
2. Rata-rata penjualan UMKM Peyek Bude belum mencapai target penjualan yakni sebesar 400 pcs/bulan

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara untuk meningkatkan strategi pemasaran dengan metode SWOT?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran pada produk Peyek Bude dengan menggunakan metode SWOT.

1.5. Batasan Masalah

Penulis memfokuskan pembahasan permasalahan permasalahan sebagai berikut:

1. Membatasi pengamatan pemasaran di wilayah kecamatan kayuringin untuk mengetahui pemasaran pesaing tersebut.
2. Data yang digunakan untuk target penjualan dan produksi pada periode Juli 2019- Desember 2019.
3. Penggunaan metode SWOT untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dengan tepat.

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, diharapkan bermanfaat yang nyata dilapangan dalam dunia industri rumahan.
2. Penulis berharap dapat memberi informasi yang tepat sebagai pengetahuan dan referensi dalam menganalisis Metode SWOT.
3. Semoga bisa jadi pertimbangan bagi pelaku bisnis serupa untuk melakukan langkah yang tepat saat melakukan analisis metode SWOT.

1.7. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di UMKM Peyek Bude jl.Belut II, Perumnas II ujung. No.C6, RT/RW : 007/012, Kota Bekasi – Bekasi Selatan.

1.8. Metodologi Pengambilan Data

Penulis menggunakan metode yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Metode Observasi
Metode observasi melakukan pengamatan aktivitas secara langsung terhadap suatu proses pembuatan produk.
2. Metode Wawancara
Metode ini menggunakan pertemuan secara langsung antara pelaku bisnis 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 pustaka menggunakan pengambilan jurnal, literatur serta buku sebagai pendukung penelitian dalam pembahasan skripsi.

1.9. Sistematika Penulisan

Bagian penulisan skripsi terdiri beberapa subbab dimana dalam bab tersebut memiliki penjelasan uraian penulisan. Penelitian skripsi ini memiliki 5 bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, tempat dan waktu penelitian, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Beisikan penjelasan dan mengemukakan informasi berhubungan untuk pembahasan dalam penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan mengenai metode yang tepat dalam penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan dan pengalisa masalah yang tepat mengenai strategi dalam pemasaran produk.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdapat kesimpulan mengenai hasil dari penelitian, dan saran menurut penulis sebagai bahan pertimbangan dan dapat memberikan manfaat untuk perkembangan industri usaha rumahan.

DAFTAR PUSTAKA

Terdapat sumber catatan serta rujukan dalam penyusunan laporan penelitian.