

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembang pesatnya kemajuan dalam berbagai bidang pada era globalisasi pada saat ini maupun untuk kedepannya, setiap perusahaan haruslah cepat tanggap dalam mengikuti perkembangan yang sedang terjadi. Terutama untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang produksi, pemasaran, dan penjualan haruslah memiliki strategi yang jitu dalam menghadapi tantangan yang akan terjadi. Strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan harus disesuaikan tidak hanya pada sasaran konsumen semata, tetapi juga pada pesaing yang mengincar pasar sasaran konsumen yang sama.

Begitu pula dengan sebuah Perusahaan, sebelum menetapkan dan menjalankan strateginya hendaklah terlebih dahulu melakukan analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threats) yaitu melihat dan menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimilikinya sendiri Tamara, 2016. Analisis SWOT adalah metode berbagai faktor dalam merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength), dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats).”. Analisis SWOT telah menjadi salah satu alat yang berguna dalam dunia bisnis. Metode ini merupakan sebuah analisa yang cukup baik, efektif dan efisien serta sebagai alat

yang cepat dan tepat dalam menemukan dan mengenali kemungkinan-kemungkinan yang berkaitan dengan inovasi baru dalam dunia bisnis.

Dalam memasarkan suatu produk diperlukan strategi supaya kita dapat memasarkan produk tersebut secara efektif dan efisien sehingga nantinya target dan tujuan dari pemasaran itu sendiri dapat tercapai. “Strategi pemasaran ialah suatu rencana yang memungkinkan perusahaan dalam memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki dengan sebaikbaiknya untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi pemasaran terdiri dari dua unsur (1) seleksi dan analisis pasar sasaran dan (2) menciptakan dan menjaga kesesuaian bauran pemasaran, perpaduan antara produk, harga, distribusi dan promosi.” (Machfoedz, 2005:73). Ramadhan, FR Sofiyah (2013) menyatakan bahwa Analisis SWOT sangatlah dibutuhkan dalam manajemen perusahaan antara lain sebagai dasar perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran dalam perusahaan. Motivasi untuk melakukan penelitian ini mengenai Analisis SWOT karena adanya perubahan lingkungan dunia usaha yang dinamis.

Pada penelitian ini diambil judul “Penerapan Analisis SWOT terhadap penentuan strategi pemasaran pada UMKM Seblak Cuanki Kasohor”. Seblak Cuanki Kasohor merupakan salah satu tempat makan yang sifatnya siap saji. Tempat makan ini sangat hits dan kekinian, dengan berbagai varian dari Seblak Cuanki nya itu sendiri. Dengan harga yang lumayan terjangkau dikalangan masyarakat terutama anak muda. Seblak Cuanki Kasohor ini sendiri juga sudah cukup terkenal di Perumahan Pesona Gading Cibitung. Selain rasanya yan enak,

pelayanannya pun juga baik, sehingga sangat banyak konsumen yang ingin mendatangi tempat tersebut.

Terdapat target yang didapatkan dari keseluruhan jumlah pengeluaran perbulan untuk mendapatkan nominal pendapatan paling minimal pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1 Daftar Pengeluaran Bahan Baku Seblak Cuanki Kasohor Perbulan

No	Nama	Qty	Satuan	Pengeluaran
1	Cuanki	30 Kilogram	Rp 50.000	Rp 1.500.000
2	Seblak	30 Kilogram	Rp 70.000	Rp 140.000
3	Baso	2 Bungkus	Rp 25.000	Rp 50.000
4	Mie	2 Bungkus	Rp 18.000	Rp 36.000
5	Telur	30 Kilogram	Rp 27.000	Rp 810.000
6	Sosis	2 Bungkus	Rp 19.000	Rp 38.000
7	Tahu	2 Kilogram	Rp 60.000	Rp 120.000
8	Bawang Putih	2 Kilogram	Rp 35.000	Rp 70.000
9	Kencur	2 Kilogram	Rp 30.000	Rp 60.000
10	Bubuk Cabai	1 Bungkus	Rp 35.000	Rp 35.000
Total Pengeluaran				Rp 2.859.000

(Sumber : Pengolahan Data 2023)

Tabel 1.2 Daftar Pengeluaran Lainnya Seblak Cuanki Kasohor Perbulan

No	Nama	Qty	Satuan	Pengeluaran
1	Gaji Karyawan	1 Orang	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000
2	Gas	3 Tabung	Rp 22.000	Rp 66.000
3	Air Galon	16 Galon	Rp 5.000	Rp 80.000
4	Sterofoam	2 Bal	Rp 40.000	Rp 80.000
5	Plastik 1/2 Kilo	4 Pack	Rp 11.000	Rp 44.000
6	Plastik 1 Kilo	2 Pack	Rp 11.000	Rp 22.000
7	Kresek Besar	2 Pack	Rp 12.000	Rp 24.000
8	Kresek Kecil	2 Pack	Rp 12.000	Rp 24.000
9	Sendok Plastik	4 Pack	Rp 8.000	Rp 32.000
10	Listrik	-	-	Rp 300.000
11	Profit Pemilik	-	-	Rp 2.000.000
Total Pengeluaran				Rp 3.872.000

(Sumber :Pengolahan Data 2023)

Berdasarkan hasil Tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa :

Pada Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa data pengeluaran Seblak Cuanki Kasohor dalam sebulan dimana total dari kedua pengeluaran tersebut sebesar Rp 6.730.000. Jumlah dari keseluruhan perbulan akan dijadikan acuan target pemasukan untuk mencapai target penjualan.

Berikut ini adalah data penjualan Seblak Cuanki Kasohor Januari-Juni 2023

Tabel 1.3 Data Penjualan Seblak Cuanki Kasohor 6 bulan pertama di 2023

No	Bulan	Pendapatan (Rupiah)
1	Januari	Rp 7,562,000
2	Februari	Rp 7,834,000
3	Maret	Rp 7,648,000
4	April	Rp 6,419,000
5	Mei	Rp 6,019,000
6	Juni	Rp 5,952,000

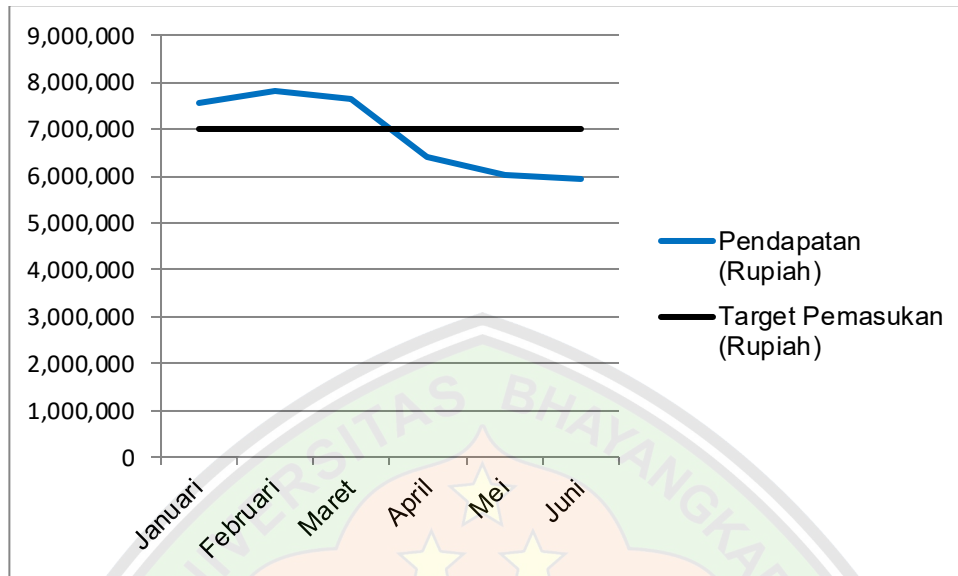
(Sumber : Seblak Cuanki Kasohor)

Berdasarkan hasil Tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa :

Tabel 1.3 dapat ditinjau bahwasanya penjualan Seblak Cuanki Kasohor pada dalam 6 bulan terakhir masih fluktuaktif. Hal ini dikarenakan kurangnya promosi. Adapun target pemasukkan adalah hasil dari jumlah pengeluaran dari keseluruhan perbulan unuk dijadikan acuan target pemasukkan untuk mencapai target penjualan. Target pemasukan yang ditetapkan pemilik sebesar Rp 7.000.000 perbulan.

Berikut adalah grafik total penjualan Seblak Cuanki Kasohor Januari-Juni 2023

Gambar 1.1 Grafik Total penjualan seblak Cuanki kasohor Januari-Juni 2023



Dari gambar di atas diketahui grafik total penjualan Seblak Cuanki Kasohor pada tahun 2023 di bulan Januari-Maret 2023 mencapai target, sedangkan di bulan April-Juni 2023 mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh masuknya bulan puasa pada pertengahan Maret-April serta bertambahnya Penjual Seblak Cuanki disekitar Lokasi.

Adapun data pesaing dari Seblak Cuanki Kasohor yang memproduksi Seblak dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 1.4 Data Penjualan Pesaing/Bulan

No	Nama Usaha	Jarak Pesaing	Harga/Porsi	Rata-Rata Penjualan/Bulan
1	Seblak Cinta Pedas	1.170 Meter	Rp 15.000	Rp 8,000,000
2	Kedai Seblak Mas Agam	160 Meter	Rp 8.000	Rp 7,000,000
3	Seblak Caping	640 Meter	Rp 15.000	Rp 8,000,000
4	Dapur Seblak Bunda Alvino	2.430 Meter	Rp 15.000	Rp 8,500,000
5	Seblak Milenial	1.570 Meter	Rp 12.000	Rp 7,500,00

Sumber : Pengolahan Data 2023

Berdasarkan tabel 1.4 dapat dilihat bahwa ada 5 pesaing Seblak Cuanki Kasohor yang ada di kecamatan cibitung, bekasi namun yang paling tertinggi dari rata-rata penjualan didapatkan di Dapur Seblak Bunda Alvino, untuk itu Seblak Cuanki Kasohor perlu membuat strategi dalam melakukan pemasaran produknya agar tetap bisa bertahan diantara Usaha Kecil Menengah tersebut.

Sampai dengan saat ini di Seblak Cuanki Kasohor belum ada penelitian khusus menganalisa penyebab fluktuasi keuntungan yang berkaitan dengan menurunnya data keuntungan usaha pada Januari 2023 – Juni 2023, maka penulis melakukan penelitian terhadap usaha tersebut berjudul “Penerapan Analisis SWOT Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Pada Seblak Cuanki Kasohor)”. Tujuan yang ingin penulis capai dari penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui serta mendeskripsikan Penerapan Analisis SWOT di dalam Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh Seblak Cuanki Kasohor ini,

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, berikut identifikasi masalah untuk penelitian ini :

1. Telah terjadi penurunan penjualan pada 3 bulan terakhir sesuai dengan data diatas
2. Belum ada yang mengamati untuk meningkatkan penjualan guna mendorong meningkatnya Pendapatan
3. Belum ada strategi yang tetap untuk meningkatkan penjualan

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tentang analisis strategi pemasaran di atas maka bisa dirumuskan beberapa masalah berikut ini:

1. Bagaimana cara meningkatkan Penjualan Seblak Cuanki Kasohor?
2. Bagaimana tahapan analisis untuk mengetahui penurunan penjualan dalam rangka peningkatan penjualan?
3. Strategi apa yang sesuai untuk meningkatkan penjualan guna meningkatkan pendapatan?

1.4 Batasan Masalah

Pada penelitian kali ini, penulis membatasi masalah untuk mencegah meluasnya pembahasan. Adapun batasan masalah yang penulis tetapkan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Seblak Cuanki Kasohor yang beralamat di Perum. Pesona Gading Cibitung Blok E4 No.52
2. Penulis membahas analisa peningkatan penjualan melalui factor internal dan eksternal
3. Data Penjualan masa lalu yang diambil penulis di Seblak Cuanki Kasohor hanya dari Januari 2023 – Juni 2023

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan pendapatan dari faktor penyebab adanya penurunan penjualan
2. Untuk mengetahui tahapan analisis penurunan penjualan dalam rangka peningkatan penjualan.
3. Mengetahui strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan

1.6 Manfaat Penelitian

Dari kebermanfaatannya hasil penelitian yang dilakukan adalah :

1. Bagi Perusahaan :

- a. Untuk memberikan ide-ide atau informasi yang dapat digunakan untuk merancang ataupun menyusun strategi pemasaran
- b. Penelitian dapat menghaturkan pemberian dan pertimbangan mengenai strategi taktik pemasaran usaha guna meningkatkan pemasaran maupun meluaskan pendapatan melalui kemampuan kapasitas yang dimiliki Seblak Cuanki Kasohor
- c. Dapat menemukan strategi yang lebih baik bagi usahanya guna meningkatkan omset pelayanan

2. Bagi Peneliti :

- a. Dapat menambah wawasan dan informasi mengenai strategi pemasaran produk yang baik
- b. Penelitian berguna untuk pengalaman produktif dalam menganalisa taktik pemasaran, khususnya guna organisasi usaha mandiri kecil menengah didalam perkembangan usaha.

3. Bagi Universitas

- a. Penelitian dapat menghaturkan fitrah buah pemikiran dalam perkembangan guna melengkapi penelitian sebelumnya
- b. Sebagai bahan Acuan dalam melakukan penelitian pada masa yang akan datang khususnya di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

1.7 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian diadakan adalah di Perumahan Pesona Gading Cibitung blok E4 no.52, Desa Wanajaya, Kecamatan Cibitung, Kabupaten Bekasi. Penelitian ini berlangsung dari 26 April 2023 – 30 Juni 2023

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran secara utuh mengenai penulisan penelitian, maka diperlukan sistematika penulisan yang akan dibagi menjadi lima bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian, serta Sistematika Penulisan

BAB II

LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan Teori yang mendukung penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan Jenis Penelitian, Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data serta Kerangka Berpikir dan Metoda Penelitian

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan Analisis dan Pembahasan sesuai Kerangka Berpikir serta Implikasi Penelitian

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan diuraikan Kesimpulan dan Saran

DAFTAR PUSTAKA

Sumber yang digunakan penulis selama penelitian

