

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya bisnis di setiap negara dengan cepat dikarenakan banyaknya pelaku usaha yang ada maka semakin banyak pesaing di setiap usaha, karena tidak adanya batasan yang memungkinkan setiap individu untuk mendirikan bisnis, negara Indonesia adalah salah satu negara yang memasuki era persaingan global.

Strategi di dalam pemasaran adalah upaya yang dibutuhkan untuk suatu bisnis usaha menuju arah yang lebih baik karena untuk saat ini persaingan bisnis yang semakin tinggi. Dalam kemampuan *internal* untuk menjual produk ke konsumen, dan peluang *external* karena adanya pesaing di pasar dengan produk yang sama dijual, maka penggunaan strategi pemasaran dibutuhkan untuk melihat bagaimana peningkatan atau perilaku dari konsumen. Seperti yang kita ketahui, untuk melakukan pemasaran produk tidaklah mudah karena untuk menarik minat masyarakat membeli, kegiatan promosi harus dilakukan dengan cara yang efektif dan efisien

Di tengah kehidupan yang serba cepat dan kompetitif maka inovasi dan kreativitas bisa menjadi salah satu kunci kesuksesan dalam berbisnis. Strategi sangat penting untuk produk agar tetap ada di pasaran, maka dari itu sangat diperlukan strategi bisnis dalam usaha yang dijalankan agar bisa bersaing dan bertahan di masa sekarang sampai masa yang akan datang dan agar selalu melakukan perkembangan yang lebih baik dengan mengikuti zaman.

Dengan melajunya penduduk Indonesia, maka adanya peluang untuk membuka usaha, khususnya untuk daerah Bekasi dan karena tingkat penduduk semakin meningkat maka kebutuhan juga akan meningkat maka setiap individu akan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dengan cara bekerja atau memulai membuka usaha. Berikut adalah data statistik badan pusat statistik Kab Bekasi pada tahun 2023.

Tabel 1. 1 Data Penduduk Kab Bekasi

Kecamatan	Penduduk (Ribu)	Laju Pertumbuhan Penduduk per Tahun 2020–2023 (%)
Babelan	286,70	2,20
Bojongmangu	28,30	0,62
Cabangbungin	57,10	1,07
Cibarusah	100,20	2,05
Cibitung	254,70	1,79
Cikarang Barat	202,50	-0,50
Cikarang Pusat	69,80	1,31
Cikarang Selatan	165,10	0,79
Cikarang Timur	109,80	1,13
Cikarang Utara	225,80	-0,50
Karangbahagia	132,90	2,78
Kedungwaringin	73,00	1,85
Muaragembong	41,30	0,85
Pebayuran	103,80	0,53
Serang Baru	164,10	3,43
Setu	194,70	4,25
Sukakarya	54,40	1,65
Sukatani	100,20	2,54
Sukawangi	51,00	0,99
Tambelang	42,00	1,03
Tambun Selatan	429,20	-0,15
Tambun Utara	212,20	3,24
Tarumajaya	138,50	1,56

Sumber: Badan Pusat Statistik Kab Bekasi 2023

Dapat dilihat pada Tabel 1.1 yaitu jumlah penduduk Kabupaten Bekasi tahun 2023 berdasarkan BPS (Badan Pusat Statistik) Kabupaten Bekasi mencapai 3.237.420 (tiga juta dua ratus tiga puluh tujuh ribu empat ratus dua puluh) jiwa penduduk dengan rata-rata kepadatan penduduk sebanyak 2.541 (dua ribu lima ratus empat puluh satu) jiwa per km². Wilayah yang paling padat penduduknya adalah Kecamatan Tambun Selatan sebanyak 9.959 (sembilan ribu sembilan ratus lima puluh sembilan) jiwa km², sedangkan yang paling rendah kepadatannya adalah Kecamatan Muaragembong sebanyak 295 (dua ratus sembilan puluh lima) jiwa per km².

Kec Babelan sebanyak 286,70 Ribu penduduk dengan laju pertumbuhan penduduk mencapai 2.20% di tahun 2022 hingga 2023, maka bisa disimpulkan bahwa CV. XYZ mempunyai peluang dalam penjualan di daerah Kec Babelan dengan penduduk yang padat, akan tetapi dengan pertumbuhan zaman dan teknologi yang berkembang, maka CV. XYZ harus mengikuti perkembangan zaman dan teknologi dalam usahanya.

Maka dari itu kebutuhan akan semakin meningkat, dan salah satu cara untuk mengikuti perkembangan adalah dengan mendirikan bisnis yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pengusaha mendirikan bisnis dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Salah satu cara yang bisa digunakan untuk meningkatkan keuntungan adalah dengan memperkenalkan hasil produk kita kepada pelanggan. Ini dilakukan dengan membuat produk kita dikenal dan menarik perhatian pelanggan untuk membelinya.

Secara umum permen biasanya memiliki dua jenis tekstur yaitu tekstur yang keras disebabkan oleh penguapan cairan dan tekstur yang lunak disebabkan oleh tekanan, seperti yang terjadi pada permen jelly dan karet.

Dari sekian banyaknya pelaku usaha yang ada di bidang industri makanan ringan dan mainan anak, salah satunya adalah CV. XYZ, karena usianya masih tergolong muda yang dimana CV. XYZ ini memulai usaha pada tahun 2019 dan berlokasi di daerah Babelan, Kab Bekasi. Dengan mempunyai 5 karyawan dan hasil produksinya yaitu permen sate jelly, balon terompet dan balon metalik. Berikut adalah tabel data hasil penjualan selama 12 bulan pada Januari hingga Desember 2023.

Tabel 1. 2 Data Penjualan Tahun 2023

Bulan	Sate Jelly (dus)	Balon Metalik (dus)	Balon Terompet (dus)
Januari	151	101	100
Februari	138	99	98
Maret	125	101	100
April	129	86	99
Mei	133	97	100
Juni	126	101	102
Juli	130	104	101
Agustus	155	109	98
September	136	107	102
Oktober	153	101	105
November	144	103	101
Desember	175	102	108
Total	1695	1211	1214

Sumber: Internal Perusahaan 2023

Berdasarkan pada Tabel 1.2 yang dapat dilihat terdapat 3 jenis penjualan dan dengan memproduksi permen sate jelly sebagai produk unggulannya dan pembuatan yang menggunakan bahan baku sederhana. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik CV. XYZ ini adalah untuk target penjualan permen jelly ini memiliki target 200 dus dalam sebulan, lalu untuk balon metalik dan balon terompet yang berbahan dasar balon tiup yang memiliki target 100 dus perbulannya.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti di CV. XYZ permen sate jelly terdapat permasalahan yaitu tidak tercapainya target penjualan karena faktor *internal* dan *external*, agar permasalahan yang ada bisa berkurang maka diperlukannya startegi yang baik dan tepat. Berikut adalah tabel data penjualan permen sate jelly di CV. XYZ selama 12 bulan pada tahun 2023.

Tabel 1. 3 Penjualan Permen Sate Jelly

Bulan	Sate Jelly (dus)	Target Perbulan
Januari	151	200
Febuari	138	200
Maret	125	200
April	129	200
Mei	133	200
Juni	126	200
Juli	130	200
Agustus	155	200
September	136	200
Oktober	153	200
November	144	200
Desember	175	200
Total	1695	2400
Rata- Rata	141,25	200

Sumber: Internal Perusahaan 2023

Berdasarkan pada data Tabel 1.3 yang dapat dilihat yaitu hasil penjualan permen sate jelly di CV. XYZ selama 12 bulan di tahun 2023 yaitu dari bulan Januari sampai Desember dengan mendapatkan hasil yang tidak stabil dengan naik atau turunnya hasil penjualan dalam setiap bulannya bahkan tidak ada yang mencapai target yang diinginkan yaitu 200 dus dalam satu bulan atau dalam satu tahun yaitu mencapai 2400 dus dan selama 12 bulan pada tahun 2023, bisa dilihat pada tabel di atas yaitu CV. XYZ hanya mendapat 1695 dus total penjualan dengan hasil nilai rata-rata yaitu 141,25 dengan tidak mencapai target penjualan yang diinginkan yaitu 200.

Apabila penjualan mencapai target yang diinginkan yaitu sebesar 200 dus perbulan atau 2400 dus selama satu tahun maka sudah bisa menutup kebutuhan dengan biaya yang di butuhkan untuk segala aspek di CV. XYZ. Berikut adalah perhitungan pendapatan dan target penjualan permen sate jelly selama 1 tahun.

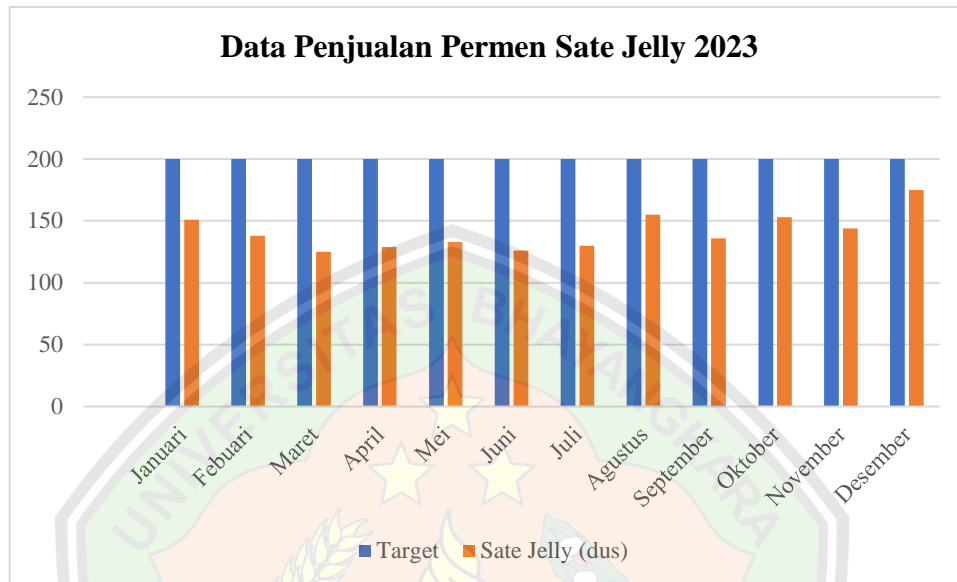
Tabel 1. 4 Perhitungan pendapatan sate jelly 2023

Bulan	Sate Jelly (dus)	Harga Jual 1 Dus	Pendapatan	Target
Januari	151	Rp 150.000	Rp 22.650.000	Rp 30.000.000
Februari	138	Rp 150.000	Rp 20.700.000	Rp 30.000.000
Maret	125	Rp 150.000	Rp 18.750.000	Rp 30.000.000
April	129	Rp 150.000	Rp 19.350.000	Rp 30.000.000
Mei	133	Rp 150.000	Rp 19.950.000	Rp 30.000.000
Juni	126	Rp 150.000	Rp 18.900.000	Rp 30.000.000
Juli	130	Rp 150.000	Rp 19.500.000	Rp 30.000.000
Agustus	155	Rp 150.000	Rp 23.250.000	Rp 30.000.000
September	136	Rp 150.000	Rp 20.400.000	Rp 30.000.000
Oktober	153	Rp 150.000	Rp 22.950.000	Rp 30.000.000
November	144	Rp 150.000	Rp 21.600.000	Rp 30.000.000
Desember	175	Rp 150.000	Rp 26.250.000	Rp 30.000.000
Total	1695	Rp 1.800.000	Rp 254.250.000	Rp 360.000.000

Sumber: Internal Perusahaan 2023

Berdasarkan pada Tabel 1.4 di atas yaitu perhitungan pendapatan penjualan permen sate jelly pada satu bulan selama satu tahun pada 2023, yaitu terlihat pada bulan Januari di tahun 2023 dengan pendapatan Rp 22.650.000 dan target yang diinginkan ialah Rp 30.000.000 maka CV. XYZ mendapatkan selisih sebanyak Rp 7.350.000, apabila di hitung dalam 12 bulan di tahun 2023 dengan hasil pendapatan dari penjualan permen sate jelly di CV. XYZ yaitu Rp 254.250.000 dan target yang

di inginkan pemilik usaha selama satu tahun adalah Rp 360.000.000 maka bisa dihitung selisih pendapatannya pada satu tahun yaitu mencapai Rp 105.750.000 dan berikut adalah tampilan gambar grafik pada penjualan sate jelly selama 12 bulan pada tahun 2023.



Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Sate Jelly

Sumber: Internal Perusahaan 2023

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas yaitu bisa dilihat dari hasil penjualan di CV. XYZ dengan kondisi yang tidak stabil naik atau turunnya dan tidak mencapai target penjualan pada tahun 2023. Hasil Penjualan pada bulan Desember tahun 2023 menjadi penjualan terbanyak yaitu dengan menjual 175 dus dan hasil penjualan pada bulan Maret menjadi penjualan terendah selama tahun 2023 yaitu adalah 125 dus. Berikut adalah tabel biaya bahan baku yang dibutuhkan untuk membuat permen sate jelly pada CV. XYZ.

Tabel 1. 5 Biaya bahan baku sate jelly

Bahan Baku	Harga	Banyaknya	Kebutuhan 10 Dus	Kebutuhan 1 Dus
Permen	Rp 45.000,00	1 kg / 7 pack	Rp 675.000,00	Rp 67.500,00
Tusukan	Rp 40.000,00	1 kg / 1 dus	Rp 400.000,00	Rp 40.000,00
Kardus	Rp 2.000,00	1 pcs	Rp 20.000,00	Rp 2.000,00
Plastik	Rp 35.000,00	1 kg / 10 dus	Rp 35.000,00	Rp 3.500,00
Kemasan	Rp 30.000,00	1 kg / 10 dus	Rp 30.000,00	Rp 3.000,00
kawat	Rp 3.000,00	1 gulung / 1 dus	Rp 30.000,00	Rp 3.000,00
steples	Rp 12.000,00	1 pack / 10 dus	Rp 12.000,00	Rp 1.200,00
Total	Rp 167.000,00	-	Rp 1.202.000,00	Rp 120.200,00

Sumber: Internal Perusahaan 2023

Berdasarkan pada Tabel 1.5 di atas adalah biaya bahan baku sate jelly dan yang menjadi bahan baku utama yaitu permen, maka sangatlah dibutuhkan dan jika dengan harga Rp 45.000 mendapatkan 1 kg permen yang dapat digunakan sebanyak 7 pack dan jika 1 dus membutuhkan 10 pack maka dapat dihitung dalam 2 dus membutuhkan 20 pack yaitu sebanyak 3 kg permen, maka dihitung dalam 10 dus yaitu bahan baku permen membutuhkan sebanyak 15 kg permen dengan biaya Rp 675.000, maka satu dus seharga Rp 67.500. Tusukan dengan harga Rp 40.000 untuk 1 kg dan jika 10 dus membutuhkan biaya Rp 400.000, maka satu dus seharga Rp 40.000. Kardus 1 pcs seharga Rp 2.000, maka 10 dus seharga Rp 20.000. Plastik dengan harga Rp 35.000 mendapatkan 1 kg bisa digunakan untuk 10 dus, maka satu dus seharga Rp 3.500. Kemasan dengan harga Rp 30.000 mendapatkan 1 kg bisa digunakan untuk 10 dus, maka satu dus seharga Rp 3.000. Kawat warna dengan harga Rp 3.000 mendapatkan 1 gulungan bisa digunakan dalam 1 dus, maka dalam 10 dus yaitu Rp 30.000. Steples dengan harga Rp 12.000 mendapatkan 1 pack bisa digunakan untuk 10 dus, maka satu dus seharga Rp 1.200 dan untuk total kebutuhan

10 dus CV. XYZ membutuhkan total yaitu Rp. 1.202.000 dan dalam satu dus yaitu Rp 120.200

Untuk menemukan produk ini tidaklah susah karena sudah ada pesaing yang menjual produk mirip bahkan serupa. Penurunan ini bisa juga karena faktor adanya pesaing yang menjual produk serupa, berikut data pesaing yang menjual permen sate jelly.

Tabel 1. 6 Pesaing sate jelly

Jenis	Penjual	Harga satu dus
Permen Sate Jelly	Produk yang diteliti	Rp 150.000,00
	Pesaing (A)	Rp 110.000,00
	Pesaing (B)	Rp 180.000,00
	Pesaing (C)	Rp 130.000,00

Sumber: Internal Perusahaan 2023

Tabel 1.6 di atas yang dimana menunjukkan perbandingan dari pesaing produk sate jelly dengan berdasarkan hasil pengamatan dari beberapa agen yang menjual produk pesaing disebagian tempat sehingga dapat dilihat tabel di atas yaitu produk CV. XYZ 1 dus berisi 10 pack dan 1 pack ada 12 tusuk. pesaing "A" dengan 1 dus berisi 10 pack dan 1 pack berisi 10 tusuk. pesaing "B" dengan 1 dus berisi 10 pack dan 1 pack berisi 20 tusuk. pesaing "C" dengan 1 dus berisi 10 pack dan 1 pack berisi 10 tusuk

Berdasarkan dari harga pesaing di tabel 1.6 bisa di lihat untuk satu dus ada yang menjual lebih murah dan ada yang lebih mahal, karena persaingan saat ini semakin tinggi maka diperlukannya strategi untuk memasarkan produk di CV. XYZ untuk meningkatnya minat konsumen untuk membeli.

Berdasarkan data yang sudah ditampilkan di atas maka CV. XYZ saat ini mengalami penjualan yang tidak stabil, sehingga perencanaan strategi pemasaran yang tepat diperlukan. Ini karena strategi pemasaran pada CV. XYZ sangat penting untuk menentukan keberhasilan dalam bisnis atau dunia usaha karena untuk

mendukung pertumbuhan bisnisnya, strategi pemasaran yang sesuai dengan bidangnya harus digunakan.

Penelitian ini ingin mengetahui langkah yang tepat dan yang harus diambil oleh pemilik usaha karena mempunyai tujuan untuk mengembangkan lalu mencapai hasil yang memuaskan. Tujuan dapat dicapai dengan menerapkan strategi dengan baik dalam memanfaatkan peluang yang ada, sehingga memungkinkan usaha yang dijalani memperoleh target peningkatan sesuai apa yang sudah direncanakan

Metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) merupakan metode yang mempertimbangkan berbagai faktor ketika mengembangkan strategi bisnis. Analisis SWOT ini didasarkan untuk memungkinkan anda memaksimalkan kekuatan (*Strength*), dan peluang (*Opportunities*), sekaligus dengan bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Kedua faktor *internal* dan *external* harus di pertimbangkan dalam analisa SWOT, karena di dalam analisa SWOT ini ialah untuk membandingkan antara faktor *external* peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor *internal* kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Analisis SWOT tidak hanya merupakan analisis yang baik, efisien dan efektif namun juga merupakan alat yang cepat dan akurat untuk menemukan dan mengidentifikasi peluang terkait inovasi baru dalam dunia usaha bisnis.

Metode QSPM (*Quantitative Strategi Planning Matrix*) bisa dijadikan salah satu metode untuk penentu strategi alternatif yang bisa digunakan dalam pengambilan keputusan untuk mendapatkan strategi prioritas agar bisa ditetapkan di CV. XYZ karena untuk mencapai tujuannya, dengan mengukur secara objektif berdasarkan faktor *internal* dan *external*. QSPM terdiri dari tiga tahap, yaitu tahap input terdiri dari matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*), tahap penggabungan yang terdiri dari matriks IE (*internal external*) dan SWOT lalu pada tahap pengambilan keputusan yaitu metode QSPM (*Quantitative Straregi Planning Matrix*).

1.2 Identifikasi Masalah

Dari penjelasan latar belakang di atas maka terdapat permasalahan yang diidentifikasi penelitian ini adalah:

1. Target penjualan yang diinginkan pemilik CV. XYZ yaitu 200 dus perbulan belum tercapai.
2. Adanya pesaing dengan pilihan produk permen sate jelly yang mirip namun harga jual sama ataupun bisa lebih murah.
3. Mengidentifikasi segmentasi pasar yang belum tepat sasaran untuk produk permen sate jelly.

1.3 Rumusan Masalah

Dapat dilihat dari latar belakang kemudian identifikasi masalah yang sudah dijelaskan maka peneliti merumuskan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apa saja identifikasi dari faktor *internal* dan *external* yang mempengaruhi target penjualan dari CV. XYZ?
2. Bagaimana strategi dalam peningkatan hasil penjualan dengan metode SWOT?
3. Bagaimana menentukan strategi pemasaran dengan menggunakan metode QSPM?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari peneliti lebih memfokuskan pada masalah yang akan disiapkan dan serta agar masalah tersebut tidak meluas atau melebar. Berikut batasan masalahnya:

1. Data yang digunakan 12 bulan yaitu pada Januari hingga Desember di tahun 2023.
2. Pada penelitian ini hanya membahas produk Permen Sate Jelly.
3. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah SWOT dan QSPM

1.5 Tujuan Penelitian

Ada beberapa tujuan dalam penelitian ini yang ingin dicapai yaitu:

1. Untuk mengidentifikasi faktor *internal* dan *external* yang mempengaruhi dari target penjualan.
2. Untuk menganalisis strategi dalam peningkatan hasil penjualan dengan metode SWOT.
3. Untuk menentukan dan menganalisis strategi pemasaran dengan menggunakan metode QSPM.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diharapkan sebagai berikut:

1. Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung bagi peneliti
2. Penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan yang diterapkan kepada pemilik usaha.
3. Dari penelitian ini semoga bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan referensi bagi yang menganalisis dengan metode SWOT dan QSPM.

1.7 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di CV. XYZ dengan melakukan selama kurang lebih satu bulan di tahun 2024 pada bulan Mei, yang berlokasi di daerah Babelan, Kabupaten Bekasi.

1.8 Metode Penelitian

Pada penelitian ini metode yang digunakan dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan dengan pengamatan dilokasi yaitu di CV. XYZ yang menjadi objek penelitian dan dalam pengumpulan data yang dibutuhkan yaitu pengamatan secara langsung dan juga wawancara.

1.9 Sistematika Penelitian

Dalam sistematika penelitian diperlukan penulisan skripsi yang baik dan tepat, maka berikut adalah penjeasannya yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penjelasan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

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

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang alur proses penelitian dan dilaksanakan dengan metode SWOT dan QSPM.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

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

BAB V PENUTUP

Pada bagian bab ini dijelaskan tentang kesimpulan yang sudah diambil dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, analisa data dan hasil yang dapat dibuat dari penelitian yang telah selesai.

DAFTAR PUSTAKA

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

LAMPIRAN