

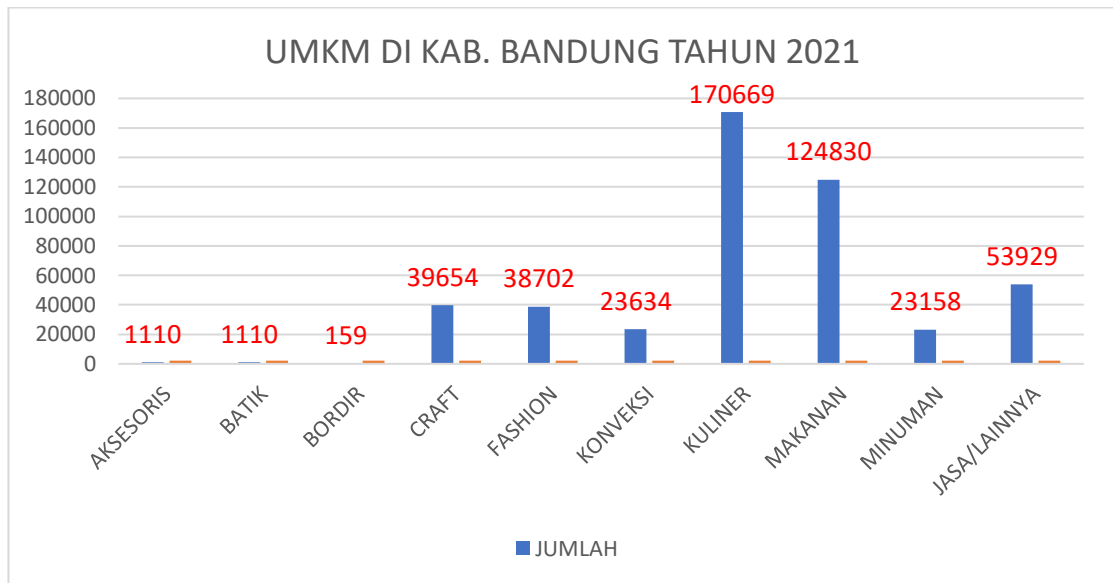
BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenkopUKM) terhitung sejak bulan Maret 2021, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta. Dengan jumlah akumulasi yang cukup tinggi tersebut, UMKM memiliki kontribusi produk domestik bruto yang cukup tinggi juga, yaitu sebesar 61,07 persen (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2021). Hal ini lantas memiliki peran penting bagi pemulihan ekonomi Indonesia. Pemerintah selalu berkomitmen untuk terus mendukung UMKM agar mampu bertahan, berkembang, dan bertumbuh di tengah tantangan pandemi dan transformasi melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN).

Dengan perkembangan pesat yang terjadi pada UMKM pada saat ini UMKM dituntut untuk meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi (Darwanto, 2013, hal. 142-149). Hal ini perlu dilakukan oleh UMKM sebagai upaya dalam meningkatkan inovasi dan kreativitas agar dapat bertahan dan bersaing karena UMKM mengalami pertumbuhan yang signifikan. Salah satu contoh UMKM yang cukup meningkat adalah industri konveksi. Perkembangan industri konveksi di Indonesia dapat dikatakan sangat baik. Untuk memulai industri konveksi dapat dikatakan tidaklah sulit, maka tidak heran apabila industri konveksi menjamur di setiap daerah. Hal ini disebabkan karena produk yang dihasilkan oleh industri konveksi berupa pakaian yang merupakan salah satu kebutuhan dasar bagi manusia.

Berbicara tentang UMKM, salah satu wilayah di Jawa Barat ini dapat dikatakan sebagai wilayah yang cukup produktif dalam meningkatkan usaha mikro dan kecil menengah untuk kemaslahatan masyarakatnya. Wilayah yang dimaksud ialah Kabupaten Bandung. Berdasarkan data yang diperoleh dari laman Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa barat. Terhitung sejak 16 September 2021 jumlah UMKM di Kabupaten Bandung sebanyak 423.026 Unit berdasarkan beberapa kategori. Berikut merupakan data jumlah UMKM di Kabupaten Bandung pada tahun 2021.



Gambar I 1 Jumlah UMKM di Kabupaten Bandung 2021

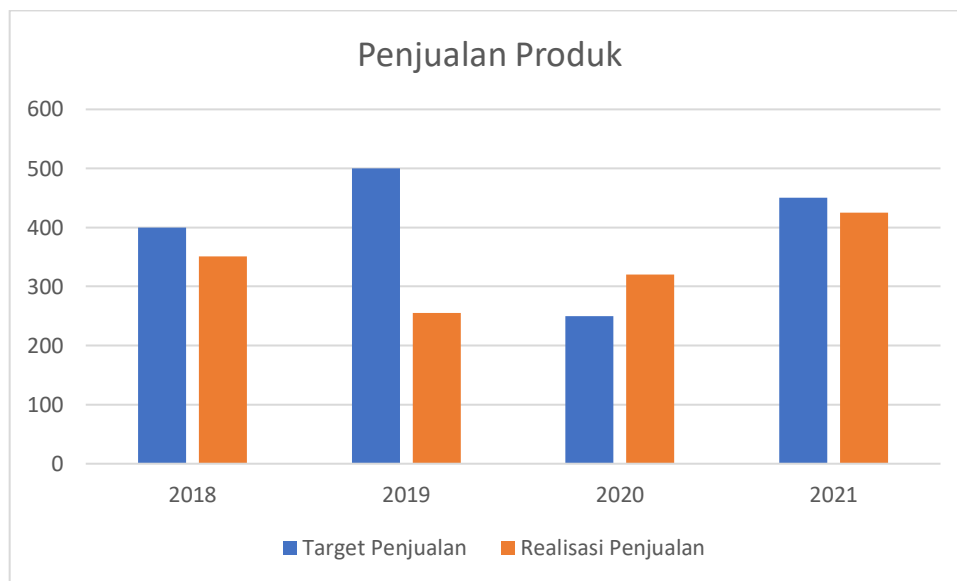
Sumber: Laman Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat 2021

Dari data diatas dapat diketahui terdapat beberapa kategori UMKM yang ada di Kabupaten Bandung. Kategori-kategori yang dimaksud diantaranya, aksesoris, batik, bordir, *craft*, *fashion*, konveksi, kuliner, makanan, minuman dan jasa lainnya. Berdasarkan data diatas, UMKM kuliner menjadi kategori yang paling banyak diminati. Hal itu dapat dilihat dari jumlah UMKM kuliner di Kabupaten Bandung yang berjumlah 170.669 unit. Sementara itu, UMKM Konveksi yang menjadi objek dari penelitian ini menempati posisi keenam dengan jumlah 23.634 unit. Meskipun demikian, UMKM konveksi memiliki potensi yang cukup menjanjikan untuk beberapa tahun yang akan datang. Dengan peluang tersebut, tidak menutup kemungkinan UMKM Konveksi dapat melaju sebagai tiga besar dalam jumlah unit UMKM di Kabupaten Bandung.

UMKM konveksi merupakan salah satu UMKM yang masih berjalan dan banyak dijumpai di wilayah Kabupaten Bandung misalnya saja UMKM Konveksi Azzizah. UMKM Konveksi Azzizah berdiri pada tahun 2018 dan berlokasi di Kecamatan Solokan Jeruk, Kabupaten Bandung. UMKM Konveksi Azzizah merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang konveksi baju anak seperti, piyama, kemeja, baju muslim anak, dan lain-lain. Akan tetapi, semenjak merebaknya pandemi *Covid-19*.

Sebelum melakukan peneliti melakukan observasi untuk menggali permasalahan yang dialami oleh UMKM Konveksi Azzizah. Permasalahan yang dialami oleh UMKM Konveksi Azzizah ternyata sangat menarik untuk diteliti terutama pada mekanisme usaha. Di tahun 2020, penurunan penjualan sangat tajam terjadi.

Berikut merupakan grafik penjualan UMKM Konveksi Azzizah yang menunjukkan tingkat penjualan produk dalam kurun waktu 4 tahun terakhir.



Gambar I 2 Penjualan Produk UMKM Konveksi Azzizah

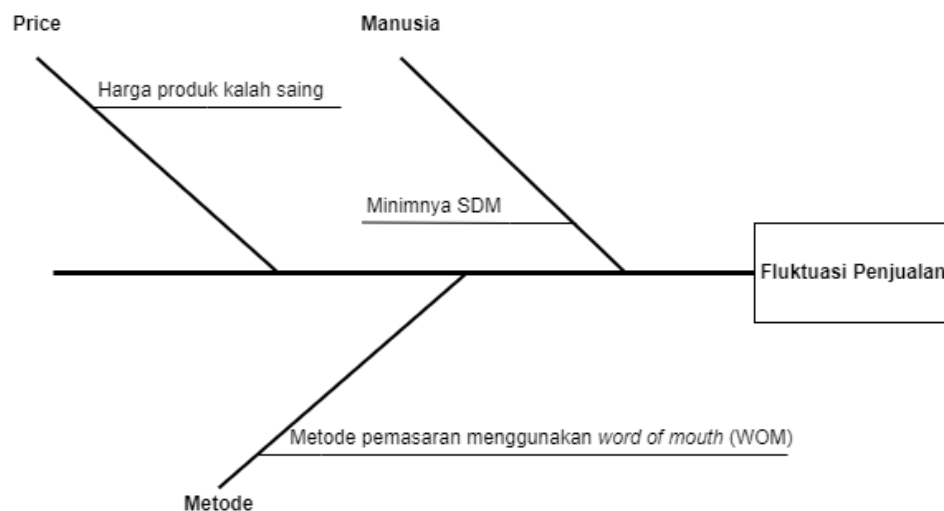
Penurunan penjualan yang terjadi di tahun 2020 disebabkan oleh sistem penjualan yang dilakukan UMKM Konveksi Azzizah masih mengandalkan *word of mouth* (WOM). Sistem penjualan tersebut memiliki kelamahan yang sangat kontras terutama di saat pandemi. Jangkauan pangsa pasar yang dicapai sangat kecil. Selain itu, sistem WOM sangat bergantung pada *repurchase* pembeli dan promosi juga salah satunya bergantung pada mereka. Kondisi di tahun 2020, beberapa perusahaan yang menjalin kerjasama untuk penjualan sebelumnya mengalami penurunan pembelian karena menurunnya daya beli masyarakat.

Di tahun 2021, UMKM Konveksi Azzizah mengalami tren positif dalam penjualan. Produk yang dijual khususnya piyama anak banyak dipesan. Permasalahan kembali ditemukan yaitu mengenai kualitas dan kuantitas tenaga kerja yang dimiliki. UMKM Konveksi Azzizah mengalami kendala dalam menerima pesanan dengan

jumlah yang banyak. Keterampilan pekerja yang kurang cepat dalam memproduksi piyama anak membuat waktu dalam pengerjaan lebih lama. Pengerjaan piyama anak yang seharusnya bisa dicapai dalam kurun waktu 1 hari untuk 10 lusin hanya tercapai 5 lusin. Selain itu, UMKM Konveksi Azzizah memiliki 5 orang karyawan dengan bidang yang berbeda, kuantitas SDM yang masih skala kecil juga berdampak pada permasalahan yang terjadi. Selain kuantitas SDM yang masih skala kecil keterampilan SDM pun harus ditingkatkan kembali.

Permasalahan lain yang peneliti temukan di UMKM Konveksi Azzizah yaitu harga produk yang kurang kompetitif. Jika dibandingkan dengan pesaing di industri yang sama harga yang dijual UMKM Konveksi Azzizah lebih mahal. Implikasi yang dirasakan yaitu minat pembeli tidak terlalu tinggi pada beberapa produk. Produk-produk tersebut diantaranya set kiano.

Adapun identifikasi masalah yang peneliti temukan berdasarkan latar belakang tersebut menggunakan diagram *fishbone* pada UMKM Konveksi Azzizah.



Gambar I 3 Fishbone diagram pada UMKM Konveksi Azzizah

I.2 Alternatif Solusi

Selanjutnya, berikut merupakan alternatif solusi terhadap permasalahan yang terdapat di UMKM Azzizah.

Tabel I. 1 Alternatif Solusi

No.	Akar Masalah	Potensi Solusi
1.	Harga produk kalah saing	Perancangan penentuan harga.
2.	Minimnya SDM	Perancangan Manajemen SDM.
3.	Metode pemasaran menggunakan <i>word of mouth</i> (WOM)	Perancangan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

Berdasarkan uraian permasalahan, UMKM Konveksi Azzizah membutuhkan strategi perancangan pemasaran yang lebih kompetitif untuk meningkatkan penjualan. Peneliti dan UMKM Konveksi Azzizah tertarik untuk menemukan solusi yang tepat terkait mekanisme usaha khususnya dalam lingkup pemasaran. Salah satu alternatif solusi yang bisa dilakukan yaitu pada *place* (sistem penjualan). UMKM Konveksi Azzizah perlu menambah sistem lain selain WOM misalnya dengan memanfaatkan media daring. Hal tersebut tentunya akan sangat bermanfaat untuk meningkatkan keunggulan dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat dan padat.

I.3 Rumusan Masalah

Dalam tulisan ini, berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah yang akan diangkat adalah bagaimana rancangan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Konveksi Azzizah?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tulisan ini adalah untuk membantu UMKM Konveksi Azzizah dalam menentukan rancangan strategi pemasaran yang tepat serta dapat meningkatkan penjualan pada UMKM Konveksi Azzizah.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Penulis memiliki harapan agar tulisan ini dapat memberikan manfaat secara teoritis, maupun secara praktis. Manfaat yang diharapkan dalam tulisan ini diantaranya:

I.5.1 Manfaat Teoritis

- a) Menjadi sumbang ilmu bagi para pembaca dan pelaku usaha sejenis.
- b) Membantu memberikan referensi alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk industri sejenis.

I.5.2 Manfaat Praktis

Membantu UMKM Konveksi Azzizah dalam upaya mengembangkan bisnisnya.

I.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir merupakan gambaran umum dan inti dari tiap bab penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan sistematika penulisan dari tugas akhir yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang permasalahan penelitian, rumusan masalah yang sesuai dengan latar belakang, tujuan penelitian sesuai dengan rumusan masalah, batasan masalah agar penelitian bisa berfokus pada tujuan penelitian, manfaat penelitian dari beberapa sudut pandang, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian, tujuan dari landasan teori adalah untuk membentuk kerangka berfikir yang akan digunakan untuk menyelesaikan masalah.

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan mekanisme/rencana perancangan solusi/penyelesaian permasalahan meliputi pendefinisian mekanisme pengumpulan data, tahapan, perancangan, mekanisme verifikasi dan validasi yang dibutuhkan dalam proses perancangan

BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI

Pada bab ini berisi pengumpulan data yang harus dikumpulkan sesuai dengan sistematika pemecahan masalah, mengolah data yang terkumpul dengan metode yang terpilih untuk objek penelitian.

BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN

Pada bab ini berisi mengenai analisis dan pengolahan data hasil perancangan yang sudah penulis buat, selain itu bab ini juga berisi validasi atau verifikasi hasil dari solusi yang didapatkan sehingga hasil tersebut menunjukkan apakah perancangan yang dibuat dapat menyelesaikan permasalahan yang ada atau menurunkan gap eksisting dan target yang akan dicapai.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penyelesaian masalah yang didapatkan serta menjawab rumusan masalah yang ada pada bagian pendahuluan. Saran dari solusi dikemukakan pada bab ini untuk objek penelitian dan penelitian tugas akhir selanjutnya.