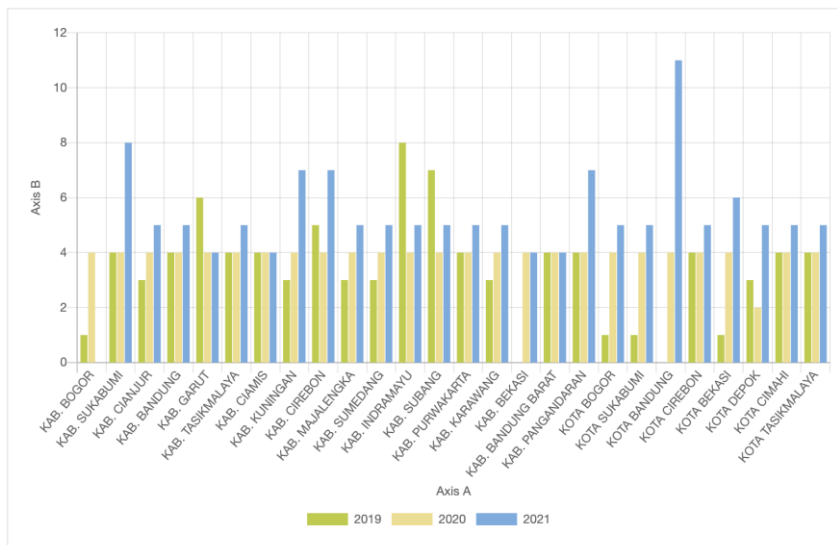


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha perekonomian produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berdasarkan pada undang-undang No.20 tahun 2008, saat ini memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Pada saat ini Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terus meningkat sehingga persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, sehingga dalam era digital saat ini para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) semakin bersaing.

Pengembangan UMKM merupakan langkah strategis dalam meningkatkan dan memperkuat perekonomian, khususnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan, mengurangi kesenjangan dan kemiskinan, dengan mempercepat pertumbuhan ekonomi, meratakan tingkat pendapatan, serta meningkatkan daya saing dan daya tahan ekonomi nasional. Industri makanan dan minuman memiliki peranan penting dalam pembangunan Indonesia dalam sektor industri terutama kontribusi terhadap Produk Domestik Boruto (PDB) industri non migas. Berikut merupakan data pertumbuhan UMKM di Indonesia.



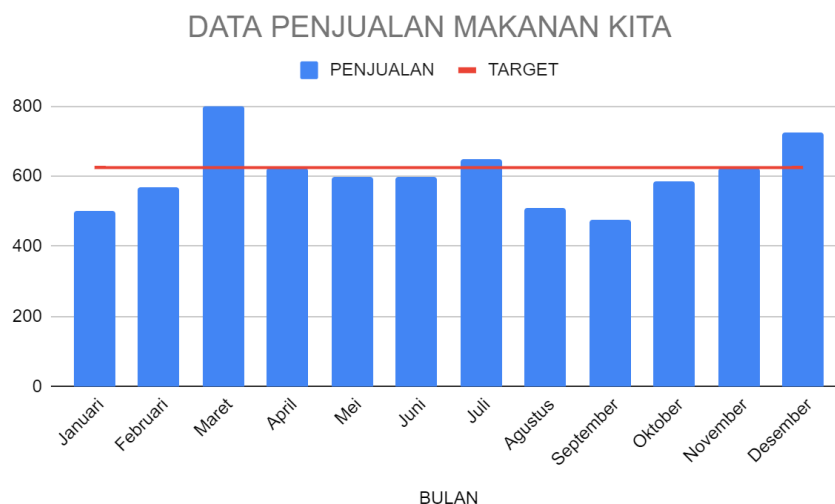
(Sumber: opendata.jabarprov.go.id)

Gambar I.1 Usaha Mikro Kecil Menengah di Jawa Barat

Berdasarkan data pada gambar I.1, penting bagi setiap UMKM mampu menciptakan dan mengembangkan strategi pada usahanya agar dapat tetap bersaing di era digital saat ini. Sehingga setiap usaha yang dijalankan dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang ada. Strategi sangat diperlukan dalam membuat sebuah usaha untuk dapat memaksimalkan usahanya, sehingga usaha dapat dikembangkan dan diperluas untuk kemajuan usaha tersebut.

UMKM Makanan Kita merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada bidang makanan dan minuman, yang menjual produk berupa kue lapis tradisional. Kue lapis merupakan kue basah makanan khas Indonesia tradisional yang terkenal dengan adonan yang disusun secara berlapis. Seiring berjalannya zaman kue lapis semakin bermacam-macam variannya, serta warna yang membuat menarik para konsumen. Kue lapis juga memiliki potensi yang besar dalam dunia bisnis dalam negeri maupun luar negeri, karena kue tradisional ini sangat diminati oleh masyarakat Indonesia.

UMKM Makanan Kita berdiri sejak tahun 2019 yang berlokasi di Kota Bekasi. UMKM Makanan Kita menjual produk dengan membuat olahan kue lapis sendiri, namun ketika menerapkan bisnisnya masih memiliki kelemahan dan kekurangan pada aspek penjualan. Berikut merupakan grafik penjualan UMKM Makanan Kita pada Gambar I. 2 di bawah ini.



(Sumber: Catatan Penjualan UMKM Makanan Kita)

Gambar I.2 Data Penjualan UMKM Makanan Kita (Januari-Oktober 2022)

Dapat dilihat pada Gambar I.2 menunjukkan grafik penjualan pada UMKM Makanan Kita. Pada bulan Januari produk terjual sebanyak Diantara 12 bulan terdapat 5 bulan kenaikan dan 7 bulan penurunan, sehingga rata-rata penjualan terjadi penurunan pada penjualan UMKM Makanan Kita disebabkan adanya permasalahan yang terjadi, maka mempengaruhi tidaktercapainya target penjualan yang diinginkan. Permasalahan yang terjadi pada UMKM Makanan Kita merupakan masalah yang dapat diketahui dengan melakukan identifikasi dan wawancara yang telah didapatkan, hal ini dapat dibuktikan dengan adanya beberapa alternatif solusi. Permasalahan yang dihadapi pada UMKM Makanan Kita telah didapatkan hasil pada *fishbone* yang terdapat empat akar permasalahan, yaitu: Material, Promosi, Manusia dan Harga dimana dari setiap permasalahan yang ditemukan memiliki masalahnya sendiri. Berikut penjelasan dari setiap kategori.

1. Manusia (*Man*)

UMKM Makanan Kita memiliki keterbatasan pada sumber daya manusia, dimana belum mempunyai karyawan yang cukup, hal itu mempengaruhi waktu pengerjaan produksi kue lapis pada UMKM Makanan Kita dan belum adanya tenaga kerja yang dapat membantu, sehingga waktu yang diperlukan menjadi kurang efektif dan efisien.

2. Material

Pada produk UMKM Makanan Kita memiliki permasalahan kurangnya ketersediaan alat yang memadai, sehi. Karena hal tersebut mengakibatkan target penjualan pada UMKM Makanan Kita belum sesuai, hal ini menjadi faktor yang penting dan perlu diperhatikan untuk dapat memproduksi kue lapis dalam jumlah yang banyak.

3. Promosi

UMKM Makanan Kita belum melakukan promosi dengan baik, karena UMKM Makanan Kita kurang aktif dalam menggunakan media sosial sehingga menggunakan metode dimana mempromosikan produknya dari mulut ke mulut atau *word of mouth*. UMKM Makanan Kita belum mempunyai strategi pemasaran yang optimal sehingga penjualan yang dilakukan belum sesuai dengan target pasar yang diinginkan, sehingga promosi yang dilakukan belum memiliki jangkauan

yang luas dan belum berkembang.

4. Manusia

UMKM Makanan Kita memiliki keterbatasan pada sumber daya manusia, dimana belum mempunyai karyawan yang cukup, hal itu mempengaruhi waktu pengerjaan produksi kue lapis pada UMKM Makanan Kita dan belum adanya tenaga kerja yang dapat membantu, sehingga waktu yang diperlukan menjadi kurang efektif dan efisien.

5. Price

UMKM Makanan Kita belum mempunyai toko tetap untuk membeli bahan baku, sehingga modal yang diperlukan kurang stabil. Karena harga tersebut dapat mempengaruhi perhitungan penjualan yang kurang optimal, sehingga berpengaruh pada keuntungan yang di dapat.



Gambar I.3 Fishbone

Pada Gambar I.3 merupakan *fishbone* dari permasalahan-permasalahan yang terjadi pada UMKM Makan Kita yang telah dijelaskan.

I.2 Alternatif Solusi

Pada permasalahan yang terdapat pada UMKM Makanan Kita merupakan masalah yang kompleks. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa alternatif solusi dari permasalahan tersebut

Tabel I.1 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Alternatif Solusi
1.	Kurangnya ketersediaan alat yang memadai	Mengembangkan peralatan.
2.	Media sosial yang kurang aktif	Mengaktifkan kembali mediasosial.
3.	UMKM belum mempunyai strategi pemasaran	Merancang strategi pemasaran yang optimal.
4.	Kurangnya sumber daya manusia pada UMKM	Merancang dan mengadakan rekrutasi tenaga kerja.
5.	Harga bahan yang tidak stabil sehingga berpengaruh pada perhitungan penjualan	Melakukan riset harga yang dijual oleh kompetitor, apabila harga produk naik akan tetap bersaing.

Berdasarkan pada Tabel I. 1 diketahui beberapa akar masalah dan alternatif solusi yang telah diidentifikasi berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan pada UMKM Makanan Kita, sehingga dengan hasil yang telah didapatkan, menjadi akar permasalahan dalam penelitian ini adalah mengenai strategi pemasaran karena dengan mencari strategi pemasaran yang tepat dapat menjadi cara terbaik untuk mengatasi permasalahan yang sesuai dan meningkatkan angka penjualan hingga tercapainya target.

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang terdapat pada latar belakang, dapat diambil bahwa rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor lingkungan eksternal dan internal pada UMKM Makanan Kita?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Makanan Kita ?
3. Bagaimana karakteristik pasar yang ada pada UMKM Makanan Kita?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dilakukannya Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan faktor lingkungan eksternal dan *internal* pada UMKM Makanan

Kita.

2. Menentukan strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan pada Kita.
3. Menentukan karakteristik pasar yang tepat pada UMKM Makanan Kita.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dilakukannya Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari Tugas Akhir ini dapat mengatasi masalah yang dihadapi UMKM Makanan Kita yaitu dapat meningkatkan penjualan dan dapat terus bersaing dalam dunia bisnis.
2. Hasil dari Tugas Akhir ini dapat dijadikan sebagai usulan strategi pemasaran dari UMKM Makanan Kita dalam masalah yang dihadapi dengan analisis SWOT dan metode QSPM.

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian penjelasan mengenai latar belakang masalah, alternatif solusi, perumusan masalah yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah dengan sistem integrasi yang terdiri dari manusia dengan material, mesin, informasi dan energi, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang kajian literatur yang relevan untuk melakukan penelitian terhadap permasalahan dan juga dibahas beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

BAB III Sistematika Penyelesaian Masalah

Bab ini menjelaskan langkah-langkah penelitian untuk menyelesaikan masalah dengan metode yang dipilih sebelumnya. Penyelesaian masalah merupakan urutan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh peneliti dalam menyelesaikan permasalahan yang ada secara rinci yang meliputi: tahapan merumuskan masalah, menyusun model penelitian, mengembangkan model, mengidentifikasi dan melakukan operasional variabel, menyusun kuesioner, merancang pengumpulan dan pengolahan data, dan merancang analisis pengolahan data dalam rangka perancangan sistem terintegrasi untuk penyelesaian masalah.

BAB IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Bab ini membahas spesifikasi rancangan ditentukan berdasarkan data dan proses rancangan yang dilakukan sesuai dengan tahap yang telah dijabarkan pada sistematika perancangan. Bauran dari tahapan ini adalah hasil rancangan yang sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan dan merupakan usulan dari permasalahan yang diselesaikan.

BAB V Analisis dan Evaluasi Hasil Perancangan

Bab ini menjelaskan proses validasi dan evaluasi hasil rancangan. Prinsip-prinsip validasi dan evaluasi hasil rancangan yang dilakukan dapat disesuaikan dengan topik yang digunakan. Pada bab ini juga membahas hasil rancangan, analisi hasil rancangan, dan hasil implementasi atau dampak hasil rancangan.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan kesimpulan yang di dapat dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.