

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia setiap tahun bertambah jumlah penduduk, menurut data dari badan pusat statistik penduduk indonesia telah mencapai 278,69 juta manusia pada tahun 2023. Pada tahun 2022 sampai 2023 telah mengalami peningkatan sebesar 1,05% jiwa manusia. Dapat dilihat pada Tabel 1 Jumlah Penduduk Indonesia

Tabel I. 1 Jumlah Penduduk Indonesia

Tahun	Jiwa
2020	270.203.900
2021	272.682.500
2022	275.773.800
2023	278.696.200

Sumber: Badan Pusat Statistik

Peningkatan tersebut merupakan hasil dari berkembang biak antara laki laki dewasa dengan perempuan dewasa, hasil dari berkembang biak maka perempuan akan mengandung bayi selama 9 bulan dalam keadaan kelahiran normal, Setelah melahirkan seorang ibu perlu memberikan asi kepada anak.

Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2023), ada beberapa cara untuk meningkatkan produksi asi salah satunya ada dari makanan yang dikonsumsi. Berikut adalah beberapa makanan penambah ASI yang alami, bergizi dan tentunya mudah didapatkan :

1. Biji-bijian dan kacang-kacangan

Biji-bijian dan kacang-kacang seperti almond dan kenari mengandung fitoestrogen dan protein yang membantu meningkatkan produksi ASI.

2. Sayuran hijau.

Sayuran hijau seperti bayam, brokoli dan kangkung mengandung banyak zat besi dan kalsium dapat membantu meningkatkan produksi ASI serta mengandung vitamin C yang membantu penyerapan nutrisi.

3. Buah Alpukat

Buah Alpukat kaya akan lemak sehat termasuk lemak omega-3 yang penting untuk perkembangan otak bayi dan membantu meningkatkan kuantitas dan kualitas ASI.

4. Ikan

ikan merupakan sumber pangan kaya gizi dan memiliki banyak manfaat yang salah satunya adalah menambah kuantitas dan kualitas ASI. Sebagai contoh satu porsi ikan salmon mengandung mineral, vitamin (B1, B3, B6, B12), protein, dan vitamin D.

5. Air Putih

Komposisi air dalam ASI dapat 90%. Mengonsumsi air putih yang cukup akan menjaga tubuh tetap terhidrasi yang membuat produksi ASI optimal.

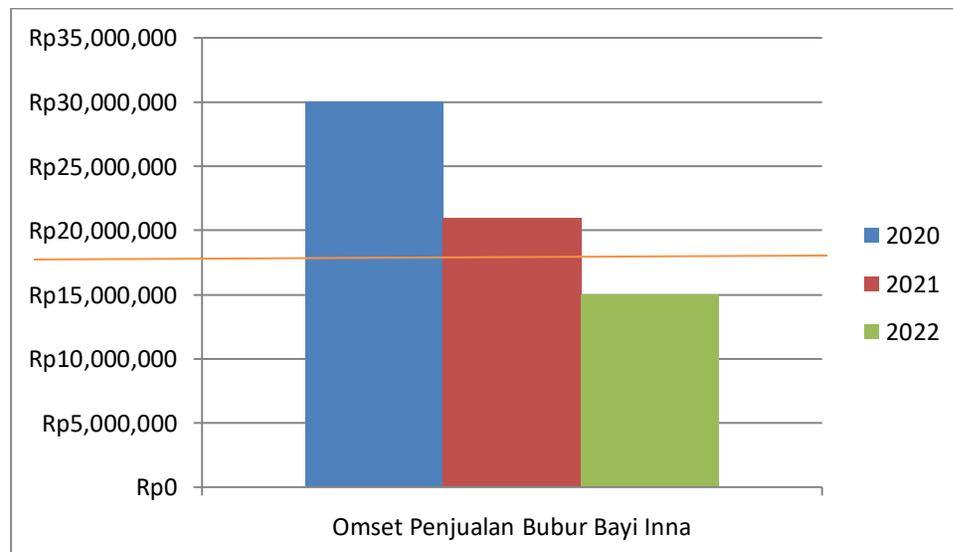
Dalam 1 tahun Indonesia melahirkan 44 juta bayi, menurut Kepala BKKBN (Dr. (H.C) dr. Hasto Wardoyo, Sp.O.G. (K), (2023) sebanyak 21,6 % mengalami *stunting*. Anak yang telah berusia lebih dari 6 bulan akan dapat mengalami *stunting* yang disebabkan pada usia tersebut ASI tidak dapat memenuhi gizi anak. Pada usia anak umur 6-24 bulan di perlukan makanan MPASI yang berfungsi untuk melengkapi kebutuhan gizi anak, salah satu produk dari MPASI adalah bubur bayi.

Bubur Bayi Inna berdiri pada tahun 2012 dan berlokasi pada Kab. Bekasi. Bubur Bayi Inna merupakan pelopor penjual makanan MPASI pada perumahan Griya Asri 2, Bubur Bayi Inna berfokus pada MPASI (Makanan Pendamping ASI) sebagai pelengkap gizi kebutuhan bayi. Produk bubur bayi yang dijual akan di letakan di dalam wadah *cup* plastik yang sudah *food grade* dan kantong plastik agar dapat mudah dibawa oleh orang tua bayi, serta layanan antar untuk meningkatkan daya tarik bagi calon konsumen. Bubur bayi merupakan solusi MPASI (Makanan Pendamping ASI) yang diperlukan untuk bayi berusia 6-24 bulan dengan melengkapi kebutuhan gizi. Dapat dilihat Gambar 1 Logo Bubur Bayi Inna.



Gambar I. 1 Logo Bubur Bayi Inna

Menurut data dari Bubur Bayi Inna, Penjualan Bubur Bayi Inna mengalami penurunan omset mulai dari tahun 2020 sampai tahun 2022. Penjualan mengalami penurunan disebabkan oleh kurangnya kemampuan promosi Bubur Bayi Inna yang tidak mampu bersaing dengan pesaing. Masalah ini disebabkan oleh strategi promosi yang belum efektif. Pada tahun 2020 mendapatkan omset rata-rata Rp 30.000.000/bulan, lalu pada saat pengambilan data pada tahun 2022 mendapatkan omset rata-rata sebesar Rp 15.000.000/bulan . Target omset yang telah di tetapkan sebesar Rp 18.000.000/bulan pada tahun 2023 yang di dasarkan untuk menjaga keberlangsungan usaha Bubur Bayi Inna. Dapat dilihat pada Gambar 2 Grafik Rata-Rata Omset Setiap tahun Bubur Bayi Inna.



Gambar I. 2 Grafik Rata-Rata Omset Setiap Tahun Bubur Bayi Inna

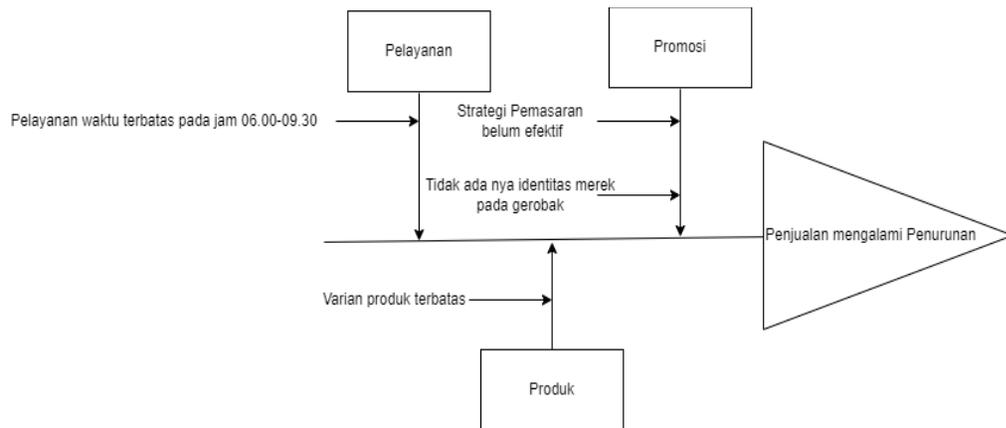
Sumber: Bubur Bayi Inna

Fishbone diagram berguna saat kita perlu mengungkap potensi akar penyebab masalah, terutama ketika sebuah tim cenderung terjebak dalam pola pikir rutinnnya (Tague,2005). Dapat dilihat pada gambar 3, terdapat 4 akar masalah yaitu pada pelayanan, promosi dan produk. Produk Varian produk terbatas menyebabkan pelanggan tidak membeli lagi, pelanggan tidak membeli lagi terjadi karena tidak dapat memenuhi keinginan pelanggan. Dapat dilihat Tabel 2 produk Bubur Bayi Inna yang disesuaikan dengan hari.

Tabel I. 2 Produk Bubur Bayi Inna

Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jum'at	Sabtu	Minggu
Salmon	Ayam	Tempe	Ati Ayam	Ayam	Kakap	Sapi
Casim	Jagung	Ceker	Tempe	Casim	Kacang Merah	Brokoli
Wortel	Keju	Kembang Kol	Labu Jepang	Wortel	Labu Jepang	Tempe
Tahu	Kacang Polong	Tahu	Tomat	Keju	Tomat	Labu Siam

Promosi Target omset sebesar Rp 18.000.000/bulan tidak tercapai disebabkan strategi promosi belum efektif dan tidak adanya identitas merek pada gerobak membuat calon konsumen tidak mengetahui penjual bubur bayi pada lokasi tempat jualan. Pelayanan Bubur Bayi Inna memiliki pelayanan jam kerja mulai dari jam 06.00-09.30, Waktu yang terbatas dapat menyebabkan pelanggan berpindah ke pesaing.



Gambar I. 3 *Fishbone* Diagram Bubur Bayi Inna

terdapat 4 akar masalah tersebut mengakibatkan penjualan mengalami penurunan, maka harus mencari alternatif solusi yang ada pada 4 akar masalah seperti pada Tabel 3 Alternatif Solusi.

Tabel I. 3 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Solusi
1	(pelayanan) Penjualan hanya pagi hari.	Melayani pesanan penjualan dan pengantaran pagi,siang, dan sore hari
2	(Promosi) Strategi Promosi Belum efektif	Melakukan perancangan strategi promosi
3	(Promosi) tidak ada identitas merek pada gerobak.	perancangan banner
4	(Produk) Varian produk terbatas	Menciptakan varian Produk

1) Pelayanan

Permasalahan yang terjadi pada Bubur Bayi Inna adalah waktu penjualan yang terbatas pada jam 06.00-09.30. Alternatif solusi yang dapat digunakan adalah melayani penjualan dan pengantaran mulai dari pagi sampai sore hari jam 5 sore.

2) Promosi

Permasalahan yang terjadi pada Bisnis Bubur bayi Inna adalah strategi pemasaran kurang efektif. Alternatif solusi yang dapat digunakan adalah dengan melakukan perancangan strategi promosi berdasarkan keadaan internal dan eksternal perusahaan. Selain itu, diperlukan banner pada gerobak yang berfungsi sebagai identitas merek agar calon konsumen dapat mengetahui penjual bubur bayi pada lokasi tempat jualan. Di harapkan solusi tersebut membuat omset bisnis Bubur Bayi Inna dapat mencapai target omset yang di tetapkan.

3) Produk

Permasalahan yang terjadi pada Bisnis Bubur bayi Inna adalah varian produk terbatas. Alternatif solusi yang dapat digunakan adalah dengan menciptakan varian produk rasa baru. Tujuan dari alternatif solusi tersebut adalah untuk mengurangi pelanggan yang hilang dengan memberikan produk yang di inginkan pelanggan.



Gambar I. 4 Penentuan alternatif solusi yang dipilih

Setelah melakukan wawancara untuk menentukan alternatif solusi yang di pilih bahwa memberikan pertanyaan kepada *customer* sebanyak 39 responden tentang seberapa efektif strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bubur bayi inna, Berdasarkan akar masalah pada tabel 3 Alternatif solusi yang di ditampilkan, Permasalahan utama yang dapat diidentifikasi berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa penyebab utama yang akan dicarikan solusi nya adalah strategi promosi yang belum efektif, Dapat dilihat pada Grafik 1 Penentuan Alternatif Solusi yang dipilih. Dengan beberapa fenomena diatas menunjukkan bahwa penurunan penjualan dari Bubur bayi inna menjadi salah satu faktor utama dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM diharapkan dapat menentukan strategi – strategi yang tepat pada setiap langkah promosi yang dilakukan oleh Bubur bayi inna.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah didapatkan pada penelitian ini, maka perumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

- 1) Bagaimana kondisi *internal dan eksternal* pada bubur bayi inna?
- 2) Bagaimana rancangan strategi promosi yang dapat di terapkan untuk meningkatkan penjualan bagi bubur bayi inna?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah di jelaskan, didapatkan Tujuan penelitian yaitu:

- 1) Mengetahui faktor *internal* dan *eksternal* agar dapat bersaing
- 2) Menentukan strategi promosi yang dapat meningkatkan penjualan.

I.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah di jelaskan, diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

- 1) Dapat memberikan informasi strategi pemasaran untuk meningkatkan omset perusahaan.
- 2) Memberikan pengalaman dan menambah wawasan dalam melakukan analisis suatu bisnis mengenai strategi pemasaran.

I.5 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, alternatif solusi, perumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir dan sistematika penulisan

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada Bab II ini berisi teori yang relevan yang terkait dengan Tugas Akhir. Tujuannya adalah memberikan pemahaman dasar dan struktur berpikir yang digunakan untuk menyelesaikan Tugas Akhir.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab III ini mencakup penjelasan tentang kerangka penyelesaian permasalahan dan penggunaan metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan Tugas Akhir. Pembatasan dan asumsi Tugas Akhir, identifikasi elemen sistem yang integral, dan jadwal penyelesaian Tugas Akhir.

Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Bab IV ini menguraikan analisis dan penilaian hasil perancangan kegiatan yang dilakukan dalam merancang sistem terintegrasi.

Bab V Analisis dan Evaluasi Hasil Perancangan

Bab V ini memuat analisis dan penilaian data hasil perancangan yang digunakan

dalam Tugas Akhir secara keseluruhan

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bagian VI ini berisikan rangkuman dari hasil yang dicapai dalam Tugas Akhir yang dilakukan serta memberikan rekomendasi kepada objek penelitian Tugas Akhir