

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pembangunan ekonomi dan sumber daya harus diperhatikan sesuai dengan potensi yang ada pada masyarakat. Setiap masyarakat memiliki potensi dan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sumber daya ini dapat digunakan untuk bergerak dalam bidang berwirausaha. Dalam berwirausaha pastinya kita harus mampu mengembangkan usaha dan berinovasi untuk memenangkan persaingan bisnis dan menarik konsumen. Berinovasi tidak hanya untuk menciptakan nilai tambah tetapi juga bisa menambah kreatifitas dalam berwirausaha.

Salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia adalah kegiatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang menjadi alternatif usaha barang dan jasa serta untuk penyerapan tenaga kerja yang merangsang perkembangan ekonomi yang berperan membantu dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha yang dikelola oleh perorangan serta tidak dibentuk oleh badan usaha, UMKM bersifat independen dan membuka lapangan kerja baru untuk masyarakat.

Strategi adalah sebagai salah satu bagian penting untuk menentukan rencana dan tujuan jangka panjang. Yang disertai dengan menyusun suatu cara atau upaya agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Sangat penting membangun strategi untuk menjalankan sebuah usaha, untuk mengembangkan produk, promosi dan distribusi strategi dapat memberikan pengaruh yang baik terhadap usaha yang kita jalani. Strategi pemasaran merupakan salah satu bagian penting dalam usaha. Perlunya pengelolaan strategi pemasaran dengan baik agar perusahaan dapat tumbuh berkembang dan mampu bersaing.

Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) tidak lepas dari persoalan yang berhubungan dengan keuangan, pemasaran, pengelolaan dan persaingan bisnis. Dapat dilihat dalam suatu usaha jika proses pemasaran, produksi dan keuangan tidak dikelola dengan baik dan benar maka usaha yang dijalankan tidak akan berjalan dengan lancar dan sulit untuk berkembang. Jika terdapat keadaan dimana pemilik usaha tidak dapat memanfaatkan lingkungan yang ada serta tidak mampu bersaing maka pemilik usaha tersebut akan kal

Sebagai pelaku usaha seharusnya pintar-pintar dalam menarik hati pelanggan, memantangkan persiapan untuk berwirausaha dan mengerti bagaimana proses dalam melakukan strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan saat ini. Setiap perusahaan pasti memiliki metode dan strategi masing-masing untuk mengembangkan usahanya. Pada saat ini banyak usaha yang berhenti di titik nol yang dimana usaha tersebut tidak mampu bertahan karena banyaknya persaingan-persaingan bisnis yang semakin kuat dan belum memiliki strategi yang cukup kuat untuk menghadapi persaingan bisnis.

Persaingan saat ini sangat berbeda dengan persaingan dimasa lalu sehingga perlu menyesuaikan pemasarannya. Strategi pemasaran menjadi salah satu kunci mensukseskan usaha pada masa sekarang agar dapat bersaing dan mengembangkan usahanya, salah satu faktor penting dalam perusahaan yaitu strategi pemasaran, strategi pemasaran pada perusahaan harus dikelola dengan baik agar kelangsungan penjualan dapat berjalan dengan lancar. Jika strategi tidak dijalankan dengan baik maka akan menjadi kelemahan bagi perusahaan dalam bersaing dengan usaha yang sejenis.

Strategi merupakan sumber-sumber yang dapat diperhatikan dalam jangka panjang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Strategi dengan menggunakan bauran pemasaran marketing mix yaitu Produk adalah sesuatu berupa barang atau jasa yang dapat dijual belikan oleh perusahaan, Harga adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen agar dapat membeli sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan, Tempat / Distribusi adalah lokasi pendistribusian produk agar konsumen dapat membeli produk yang disediakan oleh perusahaan, Promosi adalah suatu cara yang diterapkan oleh perusahaan agar dapat menarik konsumen untuk membeli produk, Orang / SDM adalah seseorang yang menjalankan sebuah bisnis dan berperan penting agar usahanya berjalan lancar, Proses adalah sebuah alur yang dilakukan oleh konsumen agar mendapatkan produk yang diinginkan, serta Bukti Fisik adalah tanda bukti yang dapat dilihat oleh konsumen contohnya logo, produk, toko dll.

Untuk melihat permasalahan yang ada pada *Home Industry* Permata Bakery dapat dilihat pada tabel wawancara dibawah ini :

Tabel 1. Hasil Wawancara dengan Pemilik Permata Bakery

Hasil Wawancara Dengan Pemilik <i>Home Industry</i> Permata Bakery	
Peneliti	Owner (Pemilik)
Apa saja masalah-masalah yang sedang di alami oleh Permata Bakery saat ini?	Kalau sekarang masalahnya mungkin karena banyak nya pesaing bisnis di bidang yang sama jadi penjualan saya juga turun akhir-akhir ini
Produk apa saja yang ditawarkan oleh Permata Bakery?	Untuk saat ini baru ada 6 macam yaitu roti jabrik, banana strudel, bomboloni, bolen pisang, donat toping, bolu tape
Berapakah harga yang ditawarkan oleh Permata Bakery?	Kisaran harga 15.000 sampai dengan 35.000
Bagaimana pendistribusian produk Permata Bakery?	Saya pasarkan dengan cara pasang iklan lewat media sosial seperti facebook, instagram dan whatsapp dan mengirimkannya dengan cara pesan antar
Promosi seperti apa yang dilakukan Permata Bakery?	Promosi saya melalui sosial media yaitu saya lakukan setiap beli 1 box gratis 2pcs donat / bolen pisang dihari jumat
Apakah Permata Bakery sudah memiliki bukti fisik seperti logo dan toko?	Untuk logo sudah ada tapi kalau untuk toko belum ada karena masih sistem pesan antar

Sumber : *Home Industry* Permata Bakery tahun 2022

Dari Tabel 1. Dapat dilihat bahwa hasil wawancara bersama pemilik *Home Industry* Permata Bakery untuk mengetahui apa saja masalah-masalah yang sedang dialami oleh *Home Industry* Permata Bakery. Permasalahan utama pada *Home Industry* Permata Bakery yaitu penurunan penjualan karena

banyaknya persaingan bisnis dibidang kuliner yang sama dan mengakibatkan turunnya pendapatan *Home Industry* Permata *Bakery*, produk yang ditawarkan belum sebanyak *Bakery-Bakery* besar dikarenakan kurangnya SDM dalam pembuatan kue / *Baker* serta belum memiliki toko yang membuat konsumen masih susah untuk mencari lokasi *Home Industry* Permata *Bakery* tersebut.

Permata *Bakery* adalah salah satu *Home Industry* yang bergerak dalam bidang kuliner, khususnya dalam usaha penjualan roti dan *pastry*. Permata *Bakery* didirikan oleh Ibu rumah tangga yang bernama Suci Rama Yanti, beliau mendirikan *home industry* Permata *Bakery* untuk membantu ekonomi keluarganya. Permata *Bakery* berlokasi di Mulyosari, Metro Barat, Kota Metro. Permasalahan yang terjadi pada *Home Industry* Permata *Bakery* adalah penurunan jumlah pesanan pada tahun 2022 akibat banyaknya persaingan bisnis dibidang kuliner yang sama. Maka dari itu hal yang sangat penting untuk mempertahankan usaha adalah Strategi pemasaran untuk mengembangkan usahanya.

Strategi adalah bagaimana cara kita dalam bertahan hidup di dunia bisnis yang kompetitif. Sedangkan Inovasi merupakan suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi di lingkungan yang dinamis. Maka perusahaan diminta agar mampu menciptakan pemikiran-pemikiran, gagasan-gagasan baru serta meningkatkan pelayanan sehingga pelanggan dapat merasa kepuasan dan menawarkan produk baru yang inovatif. Faktor yang sangat menentukan kemampuan berwirausaha adalah motivasi dan lingkungan kerja. Seorang pengusaha setidaknya harus mampu mengembangkan strategi pemasaran untuk berwirausaha.

Strategi pun harus dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, perusahaan dapat menawarkan produk yang cukup unggul kepada pelanggan sehingga pelanggan tidak akan mencari produk unggul pada toko lain jika produk yang kita tawarkan kepada mereka memiliki keunggulan, begitu juga dengan harga yang ditawarkan oleh penjual harus sesuai dengan kemampuan konsumen, perusahaan harus memikirkan juga tempat yang strategis agar mudah dijangkau oleh konsumen, promosi juga harus dilakukan oleh perusahaan agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Untuk melihat jumlah penjualan dan melihat penurunan penjualan 2022 pada *Home Industry Permata Bakery* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Data Hasil Penjualan Perusahaan 2022

<b>Keterangan bulan</b>	Roti Jabrik	Banana Strudel	Bomb Oloni	Bolen Pisang	Donat Topping	Perboluan	<b>Rata-Rata</b>
Januari	95	101	94	82	78	67	<b>517</b>
Febuari	93	98	93	80	81	62	<b>517</b>
Maret	89	97	90	80	85	68	<b>509</b>
April	87	95	92	78	79	72	<b>503</b>
Mei	83	92	87	76	77	69	<b>484</b>
Juni	81	91	85	75	70	63	<b>465</b>
Juli	77	85	81	71	75	66	<b>455</b>
Agustus	80	80	75	70	79	70	<b>454</b>
September	83	82	79	68	73	65	<b>450</b>
Oktober	79	78	77	65	69	60	<b>428</b>
November	77	73	70	61	65	55	<b>401</b>
Desember	75	63	60	57	53	50	<b>358</b>

Sumber : *Home Industry Permata Bakery* tahun 2022

Dari tabel 2. dapat dilihat bahwa rata-rata penjualan setiap bulannya mengalami penurunan. Data tersebut menggambarkan bahwa permasalahan yang dihadapi pemilik usaha yaitu penurunan penjualan akibat banyaknya persaingan bisnis dibidang kuliner yang sama. Maka dari itu pemilik usaha harus dapat menetapkan dan menjalankan strategi pemasaran yang baik agar dapat menghadapi persaingan bisnis.

Strategi pemasaran dengan melalui pendekatan marketing mix oleh *Home Industry Permata Bakery* yaitu dengan cara Produk yang ditawarkan oleh *Permata Bakery* dapat memenuhi permintaan konsumen, Harga produk yang ditetapkan oleh *Permata Bakery* sama dengan harga roti/*pastry* dipasaran, Distribusi yang dilakukan oleh *Permata Bakery* yaitu memasarkan produknya sendiri dengan cara mengiklankan produknya pada sosial media yaitu facebook, instagram dan whatsapp, Promosi pada *Permata Bakery* dilakukan pada setiap hari jum'at dengan cara memberikan gratis produk 2pcs disetiap pembelian 1box Roti/*Pastry*. Setelah menetapkan dan menjalankan strategi pemasan

dengan marketing mix tersebut penjualan *Home Industry Permata Bakery* mengalami peningkatan.

Untuk melihat hasil penjualan setelah menggunakan marketing mix 2023 pada *Home Industry Permata Bakery* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Data Hasil Penjualan Perusahaan 2023

Keterangan bulan	Roti Jabrik	Banana Strudel	Bomb Oloni	Bolen Pisang	Donat Topping	Perboluan	Rata - Rata
Januari	92	89	85	83	82	87	<b>518</b>
Febuari	93	89	86	84	81	88	<b>520</b>
Maret	95	91	87	86	82	89	<b>530</b>
April	98	93	91	90	84	93	<b>549</b>
Mei	100	95	94	93	87	97	<b>566</b>

Sumber : *Home Industry Permata Bakery* tahun 2023

Dari tabel 3. dapat dilihat bahwa rata-rata hasil penjualan perbulan pada tahun 2023 meningkat dari pada penjualan perbulan pada tahun 2022. Data tersebut menggambarkan bahwa stretegi pemasaran melalui pendekatan marketing mix sangat berpengaruh bagi perusahaan terutama pada penjualan perusahaan.

Oleh karena itu perlunya strategi pengembangan dalam melakukan pemasaran, dengan latar belakang tersebut maka pengelola usaha harus mau dan mampu bersaing dan memanfaatkan kondisi lingkungan. Salah satu cara untuk memudahkan dan memanfaatkan kondisi lingkungan yaitu dengan menggunakan suatu analisis lingkungan yang disebut dengan Analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan faktor sistematis untuk merumuskan strategi dalam berwirausaha yaitu untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang inovatif sesuai dengan keinginan konsumen.

Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai **“ Analisis Strategi Pengembangan UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada *Home Industry Permata Bakery Mulyosari*”**

## B. Rumusan Masalah

Salah satu faktor penting dalam perusahaan yaitu strategi pemasaran, sangat penting membangun strategi untuk menjalankan sebuah usaha, Strategi pemasaran melalui marketing mix pun harus dikembangkan agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mengembangkan produk, harga,

lokasi/distribusi, promosi. Strategi dapat memberikan pengaruh yang baik terhadap usaha yang kita jalani. Analisis SWOT merupakan faktor sistematis untuk merumuskan strategi dalam berwirausaha yaitu untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang inovatif sesuai dengan keinginan konsumen. Permasalahan yang terjadi pada *Home Industry Permata Bakery* adalah penurunan jumlah pesanan pada tahun 2022 akibat banyaknya persaingan bisnis dibidang kuliner yang sama. Maka dari itu hal yang sangat penting untuk mempertahankan usaha adalah strategi pemasaran melalui marketing mix dan analisis SWOT untuk mengembangkan strategi pemasaran usahanya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana strategi pengembangan pemasaran untuk meningkatkan daya saing pada *Home Industry Permata Bakery Mulyosari* melalui marketing mix dengan metode analisis SWOT ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana strategi pengembangan pemasaran pada *Home Industry Permata Bakery Mulyosari* melalui marketing mix dengan metode analisis SWOT.

### **D. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlokasi pada *Home Industry Permata Bakery* yang beralamat di JL. Mukadimah I RT.04 RW.01 Mulyosari 16 Polos Kelurahan Mulyosari Kecamatan Metro Barat Kota Metro.