

## **BAB I PENDAHULUAN**

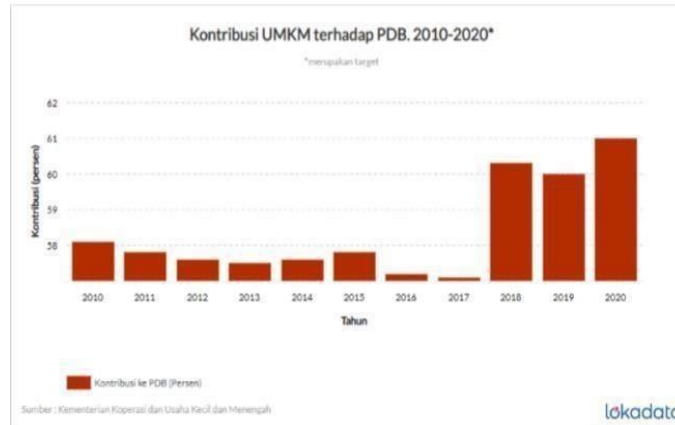
### **I.1. Latar Belakang**

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UMKM memiliki peran yang besar dalam bidang industri dan ekonomi suatu negara. Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM menyebutkan bahwa UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. Dikutip dari GoUKM, Indonesia sendiri sangat bergantung pada sektor UMKM. Lapangan kerja yang tercipta di Indonesia mayoritas terbuka berkat adanya UMKM.

Meningkat atau menurunnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya keterlibatan UMKM. Sesuai dengan UUD 1945 Pasal 33 Ayat 4, UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu hal penting dari perekonomian Indonesia. UMKM Indonesia berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar I. 1 Kontribusi UMKM terhadap PDB, 2010-2020 Sumber; Kementerian koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

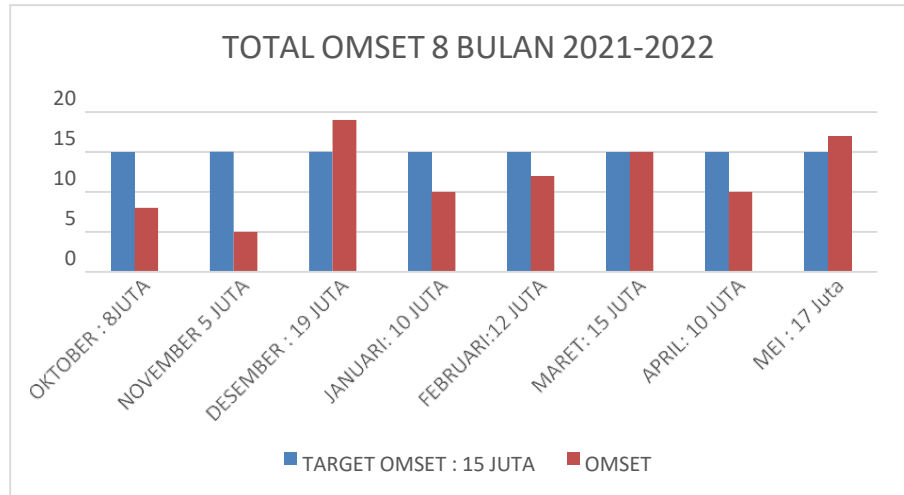
Berdasarkan gambar diatas disebutkan bahwa sektor UMKM sangat perlu dikembangkan. Suatu UMKM harus memiliki strategi bisnis lebih dikembangkan dan meningkatkan peluang yang ada. Maka dari itu strategi alternatif dalam pemasaran harus dipikirkan secara matang untuk menghasilkan bisnis yang efisien.

John Kebab & Grand Sweet Coffee merupakan UMKM yang didirikan pada tanggal 6 Oktober 2021 yang berlokasi di Jl.Tukad Barito no 7 Denpaasar yang didirikan oleh Putu Panji Lesmana yang ingin menjalankan suatu bisnis dan usaha yang berfokus pada sektor kuliner. Dalam kondisi seperti sekarang ini, usaha dan bisnis dituntut untuk memiliki strategi baru dalam pemasaran usahanya sehingga UMKM yang dimiliki bisa dijalankan dan bersaing dengan berbagai UMKM lainnya yang ada. Dimulai dari mencari informasi terkait faktor lingkungan internal dan eksternal dari UMKM John Kebab & Grand Sweet Coffee.

Berdasarkan gambar I.1 di atas disebutkan bahwa sektor UMKM sangat perlu di kembangkan. Suatu UMKM harus memiliki strategi bisnis lebih dikembangkan dan meningkatkan peluang yang ada, maka dari itu alternatif strategi bauran pemasaran harus dipikirkan secara matang untuk menghasilkan bisnis yang efektif dan efisien.

Analisis bauran pemasaran dari John Kebab & Grand Sweet Coffe memiliki beberapa varian menu yang akan dijual dari kisaran harga 5.000-20.000 yang dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Berikut data penjualan yang telah didapatkan dalam jangka waktu 8 bulan di UMKM John Kebab & Grand Sweet Coffee

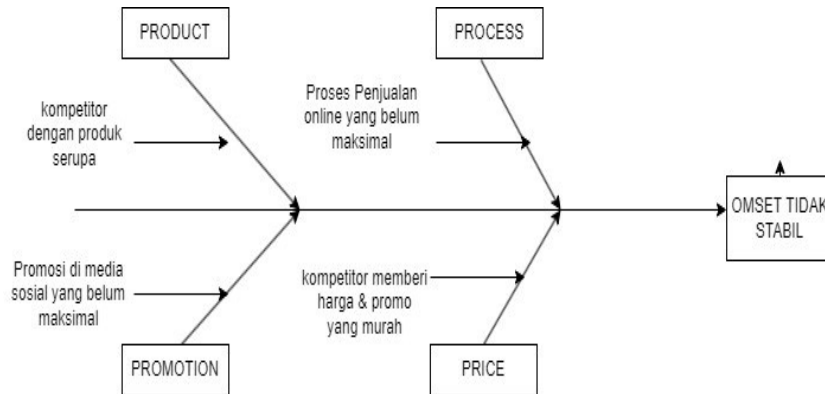


Gambar I. 2 Total penjualan John Kebab & Grand Sweet selama 8 bulan terakhir

Berdasarkan Diagram I.1 terlihat bahwa permasalahan yang terjadi adalah UMKM John Kebab & Grand Sweet Coffee, Pihak *Owner* menetapkan target 15 juta perbulan berdasarkan dari sewa kontrak & gaji pegawai agar memperoleh keuntungan dan mengalami penurunan pendapatan pada bulan ke-1 dikarenakan strategi pemasaran yang diterapkan pada bulan ke- 1 menuju ke-2 tidak berjalan dengan baik, dalam dua bulan ini terdapat beberapa strategi pemasaran yang sudah dilakukan seperti memasarkan produk, pada bulan ke 3 dan 8 target yang tercapai dengan melakukan promosi di media sosial. Analisa dan memilih alternatif strategi pemasaran yang lain agar meningkatkan penjualan dan perkembangan UMKM John Kebab & Grand Sweet Coffee.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada UMKM John Kebab & Grand Sweet Coffee, bulan ke 3 strategi yang diterapkan untuk memecahkan permasalahan tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan metode SWOT terlebih dahulu dengan cara memaksimalkan *Strengths* dan *Opportunities* kemudian meminimalisir *Weakness* dan *Threat* yang didapatkan berdasarkan perolehan faktor internal dan eksternal sebelumnya. Kemudian, pada tahap keputusan alternatif strategi yang terpilih yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi perolehan alternatif strategi dalam menghasilkan alternatif

strategi terpilih yang nantinya akan diterapkan pada UMKM John Kebab & Grand Sweet Coffee dalam Strategi Pemasaran bisnis yang dijalankan.



Gambar I. 3 Fishbone Diagram

Dari *fishbone* diagram diatas maka permasalahan yang terdapat pada UMKM John Kebab & Grand Sweet Coffee seperti *Product*, *Proces*, *Price*, dan *Promotion* sangat mempengaruhi sistem pemasaran dalam sebuah UMKM. Sehingga strategi pemasaran harus ditingkatkan dan mencari solusi dari permasalahan tersebut.

## I.2. Alternatif Solusi

Pada tugas akhir terdapat permasalahan yang cukup kompleks. Dari beberapa alternatif strategi yang ada dalam permasalahan tersebut. Alternatif strategi dari pemasalahan dapat ditunjang dengan melakukan beberapa identifikasi akar permasalahan yang dilakukan pada sub-bab Latar Belakang. Fish Bone diagram yang dapat digunakan untuk menghasilkan alternatif solusi. Berikut beberapa alternatif strategi solusi sesuai dengan fishbone.

Tabel I. 1 Alternatif Solusi

No	Permasalahan	Solusi
1	Kompetitor dengan produk serupa	Meningkatkan kualitas produk, varian menu, kemasan.
2	Proses penjualan online belum maksimal	Meningkatkan penjualan online melalui platform lainya.
3	Promosi di media sosial yang belum maksimal	Meningkatkan promosi di media sosial selain Instagram
4	Kompetitor memberi harga & promo yang murah	Memberi promo yang menarik & harga yang kompetitif

Pada table I.1 di atas dapat dilihat akar permasalahan yang sedang di alami perusahaan dan juga solusi yang di sarankan oleh penulis untuk dapat membantuperusahaan dalam menyelesaikan masalah yang ada dan dapat membantu UMKM untuk meningkatkan penjualan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis merasa perlunya perancangan strategi pemasaran dengan menggunakan SWOT menurut (Rakunti< 2013) analisis SWOT adalah analisis berbasis logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*opportunity*), tetapi pada saat bersamaan dapat menimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Dan menggunakan matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) dengan menggunakan tambahan metode QSPM serangkaian strategi dapat cermat secara urut atau bersamaan, membutuhkan penyusun para strategi untuk menghubungkan faktor-faktor eksternal dan internal yang relevan dalam proses pengambilan keputusan,

menggaris bawahi hubungan-hubungan penting yang dapat mempengaruhi keputusan strategi terpilih, meningkatkan probabilitas diperolehnya keputusan strategis akhir yang terbaik bagi organisasi.

### **I.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah untuk tugas akhir ini adalah “Bagaimana Analisis strategi bauran pemasaran pada UMKM John Kebab & Grand Sweet Coffee”

1. Rumusan masalah yang diturunkan ke sub-permasalahan yaitu sebagai berikut  
Bagaimana rancangan alternatif bauran pemasaran yang sebaiknya digunakan oleh UMKM John Kebab & Grand Sweet Coffee berdasarkan kondisi internal dan eksternal UMKM dalam pemasaran produknya dengan metode analisis SWOT dan QSPM?

### **I.4. Tujuan Tugas Akhir**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari tugas akhir sebagai berikut :

1. Merancang alternatif bauran pemasaran yang tepat bagi UMKM John Kebab & Grand Sweet Coffee berdasarkan kondisi internal dan eksternal UMKM

### **I.5. Manfaat Tugas Akhir**

Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak terkait sebagai berikut :

1. Meningkatkan pemasaran produk berdasarkan penggunaan metode analisis SWOT dan QSPM yang telah diterapkan.
2. Mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh pada lingkungan internal dan eksternal UMKM John Kebab & Grand Sweet Coffee.
3. Dapat membantu UMKM menemukan strategi efektif untuk mencapai tujuan dengan mempertimbangkan aspek internal maupun eksternal.

### **I.6. Sistematika Penulisan**

Sebagai gambaran yang jelas mengenai tugas akhir yang dilakukan, maka disusun sistematika penulisan yang berisi tentang informasi materi dan yang akan dibahas pada setiap bab-bab. Berikut merupakan sistematika penulisan yang akan digunakan :

**BAB I`      **Pendahuluan****

Pada bab ini merupakan uraian mengenai latar belakang tugas akhir secara umum, alternatif solusi, perumusan masalah, tujuan Tugas Akhir, manfaat Tugas Akhir, dan sistematika penulisan.

**BAB II      **Landasan Teori****

Pada bab ini berisikan tentang literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam bab ini juga meliputi uraian tentang landasan teori digunakan untuk sebagai dasar dari analisis tugas akhir.

**BAB III      **Metodologi Perancangan****

Pada bab ini menjelaskan mengenai langkah-langkah tugas akhir seperti tentang pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulakan data dan dilakukan analisis data sehingga dapat menjawab dan menjelaskan masalah tugas akhir.

**BAB IV      **Perancangan Sistem Terintegrasi****

Pada bab ini menjelaskan langkah-langkah atau proses pengolahan data yang telah digunakan untuk menyelesaikan permasalahan pada tugas akhir.

**BAB V      **Validasi dan Evaluasi Hasil rancangan****

Pada bab ini disajikan hasil rancangan, temuan, analisis dan pengolahan data. Selain itu bab ini juga berisi tentang validasi atau verifikasi hasil dari solusi. Secara keseluruhan bab ini membahas secara detail mengenai hasil dari pengerjaan solusi dan refleksinya terhadap tujuan tugas akhir.

**BAB VI      **Kesimpulan Dan Saran****

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan dari penyelesaian masalah yang dilakukan serta jawaban dari rumusan masalah yang ada pada bagian pendahuluan. Saran dari solusi dikemukakan pada bab ini untuk tugas akhir.