

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

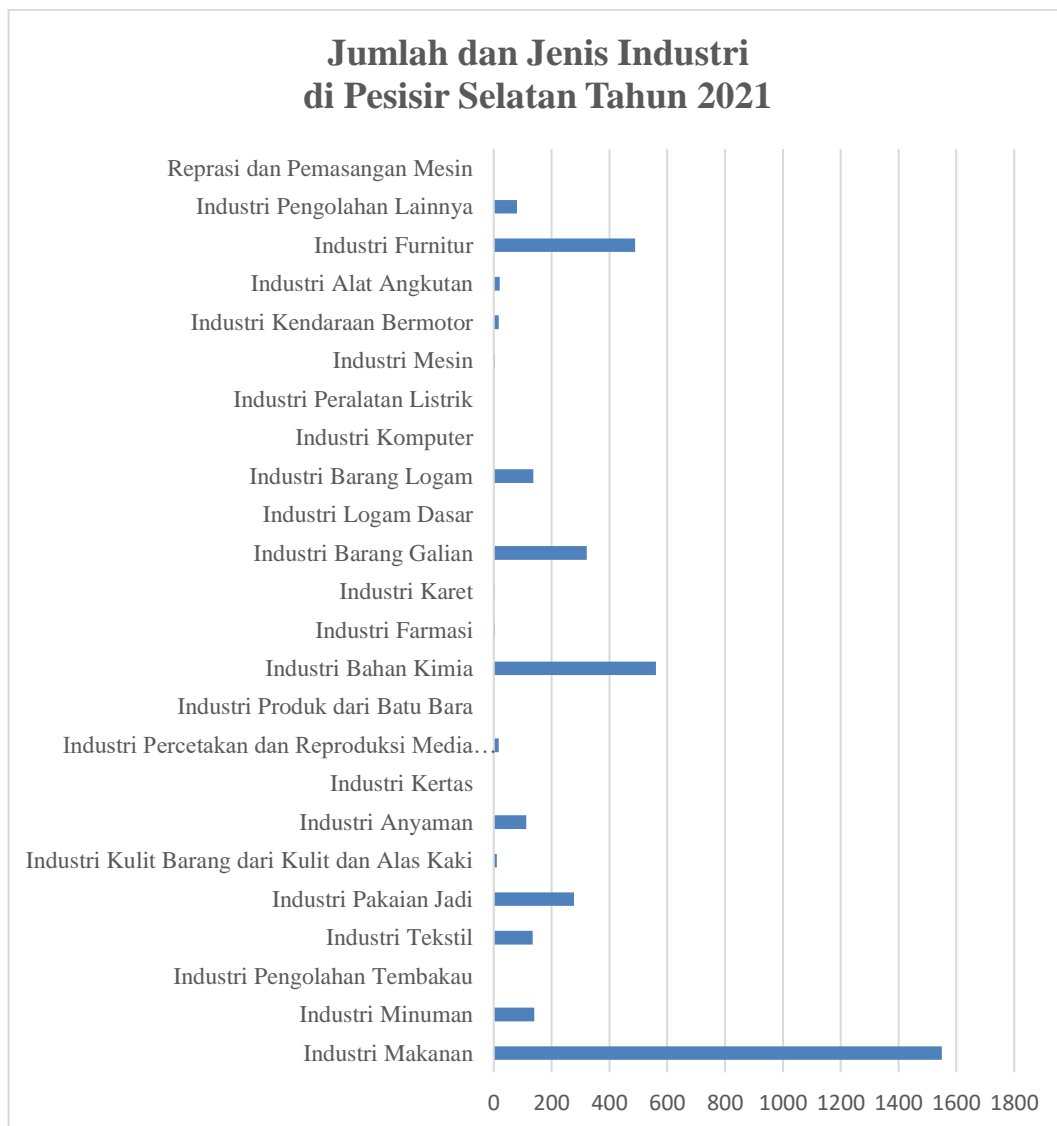
Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki pengertian yang cukup beragam. Dewan Koperasi Indonesia (DEKOPIN) memberikan pengertian tentang UMKM sebagai para pelaku usaha ekonomi yang sering dikategorikan sebagai perusahaan yang berskala kecil, menggunakan teknologi tradisional, dan dikelola secara sederhana (Laena, 2010). Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai usaha yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa UMKM adalah suatu badan usaha perorangan yang mempunyai batasan tertentu pada jumlah SDM, penjualan, aset, dan memiliki teknologi yang masih tradisional dan pengelolaan yang masih sederhana. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM) Pasal 6 ayat (1), (2), dan (3) memberikan kriteria bagi UMKM yang digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki sebuah usaha. Adapun kriteria UMKM adalah sebagai berikut.

No	Uraian	Kriteria	
		Aset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	>50 Juta - 500 Juta	>300 Juta - 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	>500 Juta - 10 Miliar	>2,5 Miliar - 50 Miliar

Gambar 1. 1 Kriteria UMKM

Sumber : BPK RI, 2008

Salah satu wilayah di Sumatera Barat dapat dikatakan sebagai wilayah yang cukup produktif dalam meningkatkan usaha mikro dan kecil menengah untuk kemaslahatan masyarakatnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari laman Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, terdapat beberapa jenis industri yang banyak diminati di Sumatera Barat, diantaranya industri makanan dan minuman, industri bahan kimia, industri furnitur, industri barang galian, dan industri pakaian jadi. Berikut merupakan data jumlah dan jenis industri yang ada di Kabupaten Pesisir Selatan pada Tahun 2021.



Gambar 1. 2 Jumlah Industri di Kabupaten Pesisir Selatan 2021

Sumber : BPS Sumbar, 2021

Dari data di atas dapat dilihat terdapat 17 jenis industri yang ada di Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2021 dengan total keseluruhannya sebanyak 3.879 industri. Dari 17 jenis industri ada 5 jenis industri yang paling banyak di Pesisir Selatan diantaranya industri makanan, industri bahan kimia, industri furnitur, industri barang galian, dan industri pakaian jadi. Usaha yang paling tinggi peminatnya adalah industri makanan dengan jumlah sebanyak 1.550 unit, selanjutnya industri kimia sebanyak 561 unit, industri furniture sebanyak 489 unit, industri barang galian sebanyak 322 unit, dan industri pakaian jadi sebanyak 277 unit. Dapat disimpulkan bahwa peminat industri makanan di Pesisir Selatan sangatlah tinggi

dikarenakan industri ini sangat menjanjikan untuk beberapa tahun kedepan. Namun dikarenakan banyaknya peminat industri makanan maka semakin banyak pula pesaing yang ada. Bisnis grosir makanan dan minuman serta kebutuhan pokok sehari-hari menjadi salah satu peluang usaha yang cukup menarik dan dibutuhkan oleh banyak orang terutama bagi ibu-ibu rumah tangga yang memerlukan keperluan untuk produksi keluarga dikarenakan usaha grosir akan selalu dibutuhkan oleh semua orang untuk kebutuhan pokoknya. Namun untuk mampu bersaing dengan usaha grosir lain, maka harus memiliki strategi-strategi yang tepat untuk menarik konsumen. Dalam berbisnis pastilah memerlukan modal terutama bisnis grosir pasti memerlukan modal yang cukup besar, maka dari itu perlu kematangan niat dan keinginan dalam memulai bisnis ini. Tidak bisa dipungkiri juga, peran uang sebagai modal yang dipakai untuk membuka usaha cukup besar dari segi fasilitas maupun produk-produk yang digunakan untuk berbisnis.

Perkembangan industri pasokan dan barang produksi di Indonesia dapat dikatakan sangat baik. Untuk memulai industri pasokan dan barang produksi dapat dikatakan tidaklah sulit, maka tidak heran apabila industri pasokan menjamur di setiap daerah. Hal ini disebabkan karena produk yang dihasilkan oleh industri pasokan dan barang produksi berupa keperluan memasak yang merupakan salah satu kebutuhan wajib bagi manusia.

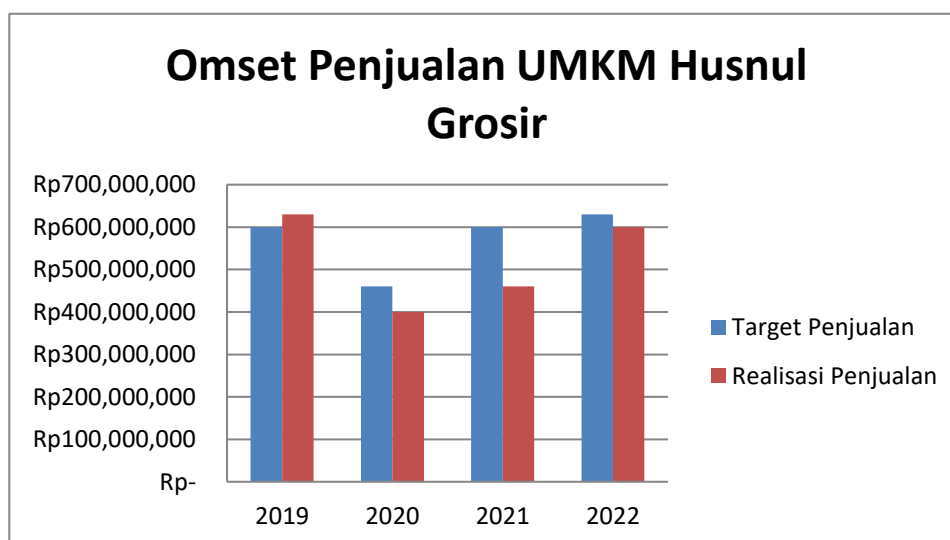
UMKM Husnul Grosir merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang penyediaan kebutuhan pokok dan produksi. UMKM Husnul Grosir berdiri pada Tahun 2007 dan beralamat di Painan, Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat. UMKM Husnul Grosir menyediakan produk makanan dan minuman seperti mie, kecap, telur, garam, gula, minyak susu, air mineral dan lainnya. Tidak hanya itu, di Husnul Grosir juga menyediakan keperluan rumah tangga lainnya seperti sabun, shampo, dan juga menyediakan *snack*, kopi, teh, susu dan lain-lainnya.



Gambar 1. 3 UMKM Husnul Grosir

Sumber : UMKM Husnul Grosir

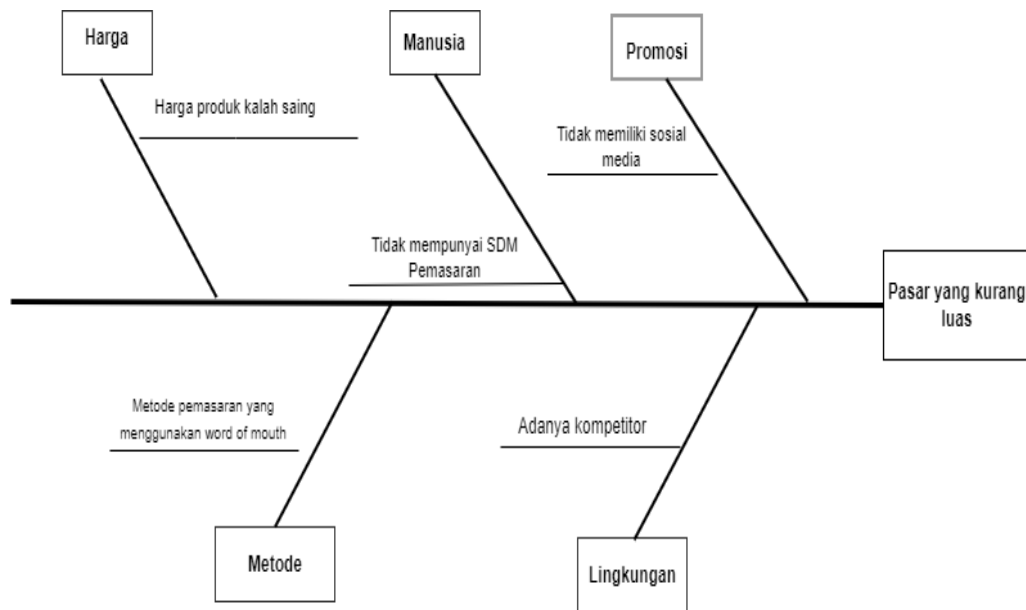
Berikut merupakan grafik penjualan UMKM Husnul Grosir yang menunjukkan tingkat penjualan produk dalam kurun waktu 4 tahun terakhir.



Gambar 1. 4 Penjualan Produk UMKM Husnul Grosir

Sumber : UMKM Husnul Grosir

Dari tabel di atas dapat dilihat penurunan penjualan yang terjadi pada Tahun 2020 dan Tahun 2021 yang disebabkan oleh wabah *Covid-19* pada UMKM Husnul Grosir. Namun pada Tahun 2022 sudah tidak ada wabah *Covid-19* dan UMKM Husnul Grosir sudah mengalami tren positif dalam penjualannya, namun penjualan masih belum mencapai target dikarenakan belum mempunyai strategi pemasaran yang tepat. Alasan dinaikkannya target penjualan dikarenakan untuk persentase permintaan produk meningkat dari tahun ke tahun dan masyarakat sudah mulai kembali pada kebiasaan berbelanja kebutuhan pokok seperti sebelum adanya *Covid-19*. Hal ini ditinjau sebelum dilakukannya observasi pada permasalahan yang dialami oleh UMKM Husnul Grosir yang dimana permasalahan ini sangat menarik untuk dilakukan penelitian terutama pada mekanisme usahanya yang terjadi penurunan penjualan yang dimana wabah *Covid-19* sudah tidak marak lagi di Tahun 2022. Adapun identifikasi masalah yang peneliti temukan berdasarkan latar belakang tersebut menggunakan diagram *fishbone* pada UMKM Husnul Grosir.



Gambar 1. 5 Fishbone Diagram pada UMKM Husnul Grosir

Berdasarkan Gambar 1.5 di atas, terdapat beberapa faktor yang menjadi permasalahan yang dihadapi UMKM Husnul Grosir, yaitu sebagai berikut.

1. Harga produk kalah saing

Harga produk yang kalah saing menjadi salah satu penyebab terjadinya

penurunan penjualan pada UMKM Husnul Grosir. Perbedaan selisih harga sangat berpengaruh terhadap daya tarik konsumen dalam berbelanja. Perbedaan selisih harga dari produk hasil olahan sendiri yang dijual seperti gula pasir yang kalah saing dengan harga pada kompetitor yang lain, karena harga produk gula pasir yang dijual di UMKM Husnul Grosir Rp.14.000 per kilo. Sedangkan di grosir lain ada yang Rp.13.500 - Rp.13.800. Hal yang menyebabkan tingginya harga dari gula pasir di UMKM Husnul Grosir dikarenakan kualitas dan bahan yang digunakan untuk gula pasir menggunakan bahan yang alami dan tanpa pengawet.

2. Tidak mempunyai SDM Pemasaran

Tidak mempunyai SDM Pemasaran menjadi salah satu penyebab UMKM Husnul Grosir belum mencapai target penjualan. Tidak adanya SDM Pemasaran menjadikan UMKM Husnul Grosir tidak dapat memasarkan produknya lebih luas. UMKM Husnul Grosir hanya mempunyai satu orang pegawai kasir, satu orang pegawai Gudang, dan dua orang pegawai logistik yang dimana pegawai logistik ini mempunyai tugas mengangkat dan mengantarkan barang. Oleh karena itu, UMKM Husnul Grosir belum mempunyai SDM untuk bagian pemasaran.

3. Tidak memiliki sosial media

UMKM Husnul Grosir ini memiliki kekurangan yaitu tidak memiliki media sosial untuk media promosi dan penjualannya. Maka promosi penjualan di UMKM Husnul Grosir kurang baik dan kurang luas.

4. Metode pemasaran yang menggunakan word of mouth

UMKM Husnul Grosir masih mengandalkan sistem *word of mouth* (WOM). Sistem penjualan *word of mouth* ini memiliki kelemahan yang sangat kontras pada saat pandemi dan jangkauan pangsa pasar yang dicapai sangat kecil. Sistem *word of mouth* (WOM) dan promosi juga sangat bergantung pada pembeli. Terutama pada saat sekarang ini, penjualan menggunakan word of mouth tidak lagi efektif, dikarenakan kebiasaan konsumen berbelanja online dan melihat sendiri penilaian dari pembeli yang lain.

5. Adanya kompetitor

Adanya kompetitor pada UMKM Husnul Grosir menjadi salah satu penyebab turunnya penjualan. Kompetitor tersebut seperti, toko grosir yang menjual produk barang pasokan. Sampai saat sekarang ini, untuk di Kabupaten Pesisir Selatan tepatnya di Kecamatan IV Jurai, UMKM Husnul Grosir memiliki dua kompetitor yaitu Grosir Pak Sidi dan Grosir Si Man. Hal ini mendorong UMKM Husnul Grosir ingin lebih memperluas pasarnya lebih luas lagi.

Berikut merupakan tabel alternatif solusi dari permasalahan tidak tercapainya target penjualan pada UMKM Husnul Grosir.

Tabel 1. 1 Alternatif Solusi

No.	Akar Masalah	Potensi Solusi
1.	Harga produk kalah saing	Perancangan penentuan harga.
2.	Tidak mempunyai SDM pemasaran	Perancangan Manajemen SDM.
3.	Tidak memiliki media sosial	Perancangan strategi promosi di e-commerce dan media sosial
4.	Metode pemasaran yang menggunakan <i>word of mouth</i> (WOM)	Perancangan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.
5.	Adanya kompetitor	Memperkuat posisi perusahaan di pasar melalui peningkatan kualitas dan pelayanan yang lebih baik.

Setelah dilakukan identifikasi akar masalah serta diberikan potensi solusi dari berbagai permasalahan yang terdapat pada Tabel 1.1, kemudian dilakukan pemilihan potensi solusi. Berdasarkan uraian permasalahan, UMKM Husnul Grosir membutuhkan strategi perancangan pemasaran yang lebih kompetitif dalam meningkatkan penjualannya melalui alternatif solusi yang bisa dilakukan yaitu pada *sales system* (sistem penjualan) dengan memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *WhatsApp*, *Shopee*, dan *Tiktok* karena dengan memanfaatkan media sosial ini dapat memperluas jangkauan pasar sehingga meningkatkan penjualan dan banyaknya orang yang menyukai berbelanja secara online. Hal ini tentunya akan

sangat bermanfaat untuk meningkatkan keunggulan dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat dan padat seperti sekarang ini.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah yang diangkat adalah “Bagaimana rancangan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Husnul Grosir?”.

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tulisan ini adalah untuk membantu UMKM Husnul Grosir dalam menentukan rancangan strategi pemasaran yang baik dan tepat serta dapat meningkatkan penjualan pada UMKM Husnul Grosir.

I.4 Manfaat Tugas Akhir

Penulis berharap agar tulisan ini dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun secara praktis. Adapun harapan yang diharapkan dalam tulisan ini diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari Tugas Akhir ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi mengenai penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat memberikan gambaran tentang perancangan strategi pemasaran yang tepat untuk industri sejenisnya. Tugas Akhir ini bisa menjadi sumbang ilmu bagi para pembaca dan pelaku usaha bisnis sejenis.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi UMKM Husnul Grosir untuk mengembangkan bisnisnya.

I.5 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 sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan penelitian, rumusan masalah yang sesuai dengan latar belakang, tujuan penelitian yang 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 literatur terkait yang digunakan pada penyelesaian masalah yang diambil dan dibahas pada tugas akhir ini dan penentuan metode tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian. Tujuan dari landasan teori adalah untuk membentuk kerangka berfikir yang akan digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan.

BAB III METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH

Pada bab metodologi penyelesaian masalah ini menjelaskan tahapan mekanisme/rencana perancangan solusi/penyelesaian masalah yang meliputi pendefinisian mekanisme pengumpulan data, tahapan, perancangan, mekanisme verifikasi dan validasi yang dibutuhkan dalam proses perancangan. Pada metodologi penelitian juga terdapat batasan dan asumsi tugas akhir, identifikasi komponen sistem integral dan rencana waktu penyelesaian tugas akhir.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini berisi spesifikasi rancangan yang ditentukan berdasarkan data faktual dan proses perancangan yang dilakukan sesuai dengan tahap yang telah dijelaskan pada sistematika perancangan.

BAB V ANALISIS

Pada bab ini berisi mengenai analisis dan pengolahan data hasil perancangan yang sudah penulis buat, selain itu bab ini juga berisi validasi dan evaluasi hasil rancangan 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 terdapat kesimpulan dari penyelesaian masalah pada tugas akhir yang sudah dilakukan dan pemberian saran atau rekomendasi yang dikaitkan dengan analisis hasil rancangan dan analisis implementasi hasil rancangan sehingga didapatkan hasil perancangan yang lebih baik. Saran dari solusi dikemukakan pada bab ini untuk objek penelitian dan penelitian tugas akhir selanjutnya.