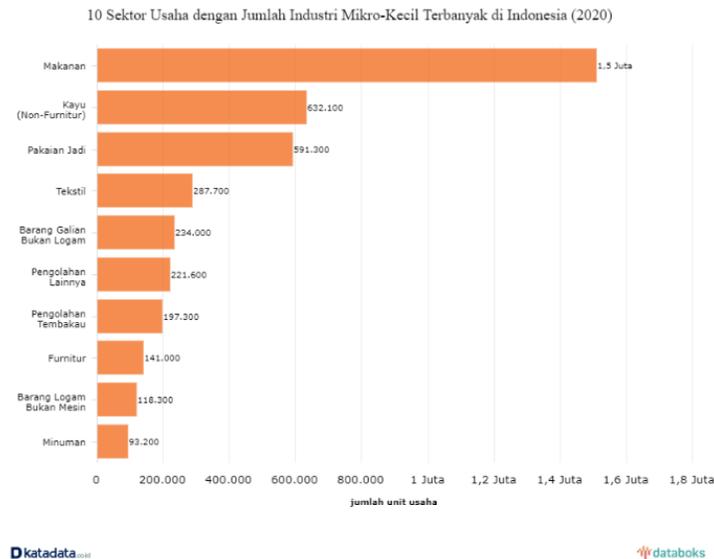


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu perkembangan produk makanan sate di berbagai daerah semakin berkembang setiap tahunnya. Berbagai jenis sate dengan berbagai bentuk dan rasa menjadi sasaran banyak orang. Bahkan saat ini banyak orang yang menjadikan makanan tidak hanya untuk dijadikan sebagai pemenuhan kebutuhan pokok, akan tetapi makanan dijadikan sebagai peluang usaha bagi orang-orang berjiwa bisnis. Banyak sekali masyarakat yang bersaing untuk membangun usaha makanan sate. Hal tersebut diakibatkan minat masyarakat terhadap sate yang menjadi makanan sehari-hari di berbagai kalangan. Berdasarkan pengertian tersebut dengan banyaknya minat seseorang untuk mengkonsumsi sate mengakibatkan banyak pula peluang para pelaku usaha memanfaatkan peluang untuk menjadi sebuah keuntungan. Usaha pada bidang makanan menjadi usaha terbanyak di Indonesia. Berikut ini grafik Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 dapat dilihat pada Gambar I. 1.



Gambar I. 1 Grafik Mayoritas usaha atau Industri skala mikro-kecil di Indonesia (Sumber: databoks.katadata.co.id, 2022)

Berdasarkan Gambar I. 1 terdapat urutan jumlah industri mikro-kecil di Indonesia pada tahun 2020. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 menunjukkan bahwa mayoritas usaha atau industri skala mikro-kecil di Indonesia yaitu usaha yang bergerak di sektor makanan. Jumlah usaha pada sektor makanan mencapai 1,51 juta unit usaha pada tahun 2020 (Ahdiat, 2022). Seperti yang kita ketahui usaha dibidang makanan memiliki potensi yang sangat besar dan memiliki peluang jangka panjang. Hal tersebut karena usaha dibidang makanan merupakan usaha yang akan selalu dicari oleh konsumen. Banyak sekali bisnis makanan sate yang terus berkembang dengan kreatifitas nya masing-masing. Modal dan harga untuk usahanya pun terbilang tidak terlalu mahal tergantung dari konsep pendiri usaha nya. Minat untuk usaha makanan itu sendiri akan terus mengalir dilihat dari peminatnya yang tidak hanya anak-anak dan remaja bahkan saat ini ramai orang dewasa dan orang tua menjadi penikmat sate.

Sate Acin Mengantuk didirikan pada tanggal 22 Februari 2022, merupakan usaha milik peneliti yang bergerak dibidang *food and beverage*. Sate Acin Mengantuk termasuk ke dalam klasifikasi atau penggolongan di bidang kuliner jenis bisnis yang menempatkan makanan atau minuman sebagai poros bisnisnya, termasuk juga *food and beverage service* yaitu restoran. Sate Acin Mengantuk telah berdiri sejak tahun 2022 berlokasi di Jl. Kiray, Pangkalan Jati Baru, Kec. Cinere, Kota Depok, Jawa Barat 16514.



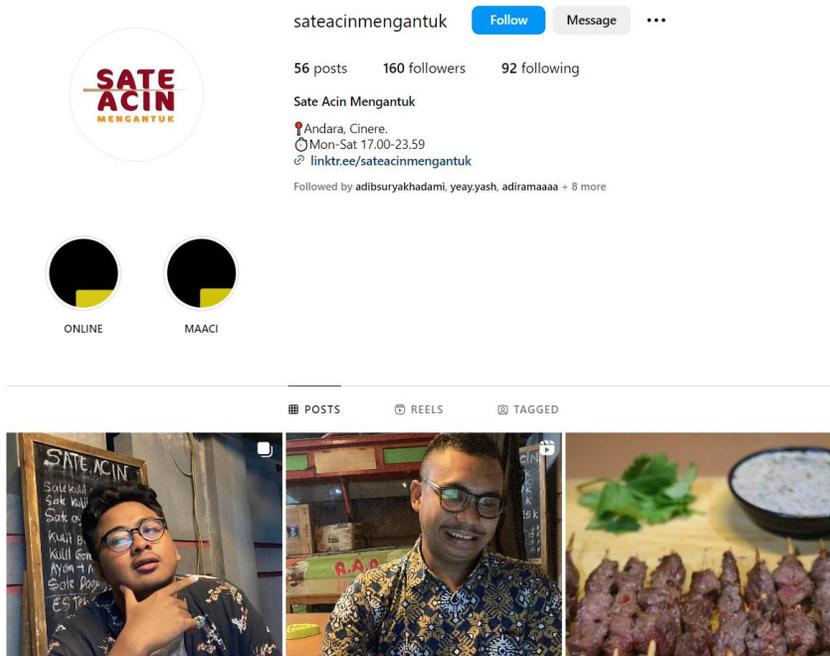
Gambar I. 2 Logo Sate Acin Mengantuk

Bagi setiap UMKM sangat penting untuk membuat dan mengembangkan strategi bisnis yang ada agar mereka dapat bersaing dengan pesaing. Jika sebuah bisnis ingin memperluas pasar, strategi bisnis sangat penting. Ini juga penting untuk kegiatan

sehari-hari, seperti keuangan, operasional, sumber daya manusia, dan strategi pemasaran. Strategi sendiri adalah tujuan jangka panjang perusahaan, bersama dengan pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang diperlukan untuk mencapainya (Chandler,2010). Oleh karena itu, strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan.

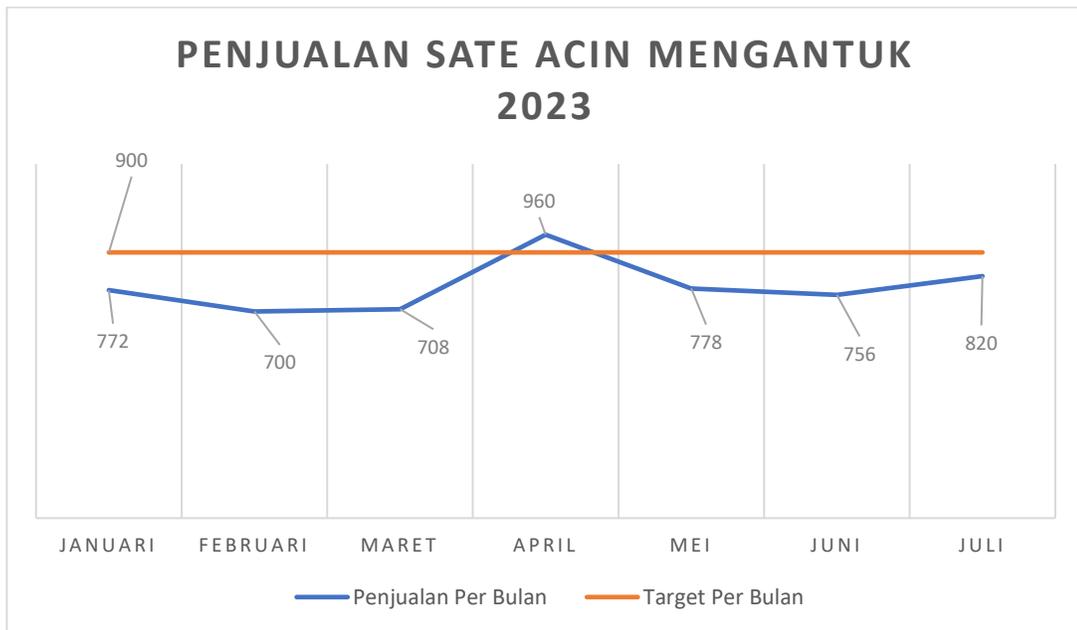
Sate Acin Mengantuk termasuk ke dalam klasifikasi atau penggolongan di bidang kuliner jenis bisnis yang menempatkan makanan atau minuman sebagai poros bisnisnya, termasuk juga *food and beverage service* yaitu restoran kaki lima kepada masyarakat. Sate Acin Mengantuk menyajikan olahan daging ayam yang terdapat 3 varian, yaitu sate ayam asin dan sate ayam asin pedas dan sate kulit dengan varian rasa yang sama.

Sate Acin Mengantuk mempunyai misi untuk menjadikan sate sebagai makanan yang di gemari banyak orang. Sate Acin Mengantuk saat ini berfokus pada pelayanan pelanggan, pengembangan produk baru, inovasi, dan memperluas pasar. Sebagai akibat dari permintaan pelanggan yang tidak mencapai target, Sate Acin Mengantuk memiliki beberapa segmentasi pasar, termasuk penjualan di tempat, penjualan *online* di Instagram, Aplikasi Ojek *online*, dan penjualan langsung pada warga sekitar. Dengan demikian, segmentasi pasar saat ini sangat penting untuk pendapatan perusahaan. Sate Acin Mengantuk melakukan promosi melalui perkenalan produk langsung kepada pelanggan, promosi dari mulut ke mulut, dan promosi di sosial media. Dari beberapa upaya untuk memasarkan produk, sejauh ini upaya yang terus berlanjut dan paling mudah dilakukan yaitu menggunakan *platform* Instagram. Berikut ini merupakan tampilan dari Instagram yang digunakan oleh Sate Acin Mengantuk dapat dilihat pada Gambar I. 3.



Gambar I. 3 *Social Media* Instagram

Gambar I. 3 merupakan salah satu media promosi yang dilakukan oleh Sate Acin Mengantuk dengan menggunakan *platform* penjualan online yaitu Instagram. Penggunaan *platform* ini sebagai media untuk mempromosikan konten yang dibawakan masih tidak konsisten. Sate Acin Mengantuk belum memiliki banyak pengikut di akun Instagramnya. Sate Acin Mengantuk tidak memiliki *platform* tambahan yang dapat membantu dalam mencapai target penjualan, meskipun daftar harga, testimoni penjualan, dan gambar produk disajikan di *platform*. Salah satu kekurangan Sate Acin Mengantuk adalah strategi pemasarannya.



Gambar I. 4 Penjualan Tahun 2023

Gambar I. 3 di atas merupakan penjualan Sate Acin Mengantuk dalam 7 bulan, yaitu periode 2023. Dengan melihat penjualan Sate Acin Mengantuk di atas dapat dikatakan bahwa penjualan perusahaan tidak stabil karena sering mengalami kenaikan dan penurunan. Jika dilihat dari grafik di atas maka, dapat dikatakan bahwa Satu Acin Mengantuk sering kali belum mampu mencapai beberapa target yang telah ditetapkan. Dengan demikian Sate Acin Mengantuk harus berfikir secara cepat untuk menemukan strategi bisnis yang baru agar tetap bisa bertahan dan menemukan market baru.

Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah Sate Acin Mengantuk termasuk ke dalam kategori usaha mikro karena jika dilihat dari tabel di atas di dapatkan nilai total pendapatan Sate Acin Mengantuk tujuh bulan periode mendapatkan omzet sebesar Rp.15.440.000 di bulan Januari, Rp14.000.000 di bulan Februari, Rp.14.160.000 di bulan Maret, Rp.19.200.000 di bulan April, Rp.15.560.000 di bulan Mei, Rp.15.120.000 di bulan Juni, dan Rp.16.400.000 di bulan Juli yang dimana nilai tersebut berada di maksimal Rp 300.000.000 yang merupakan pengklasifikasian dari sebuah perusahaan yang dapat dikatakan ke dalam kategori usaha mikro. Dengan data yang bersumber dari badan pusat statistik Depok

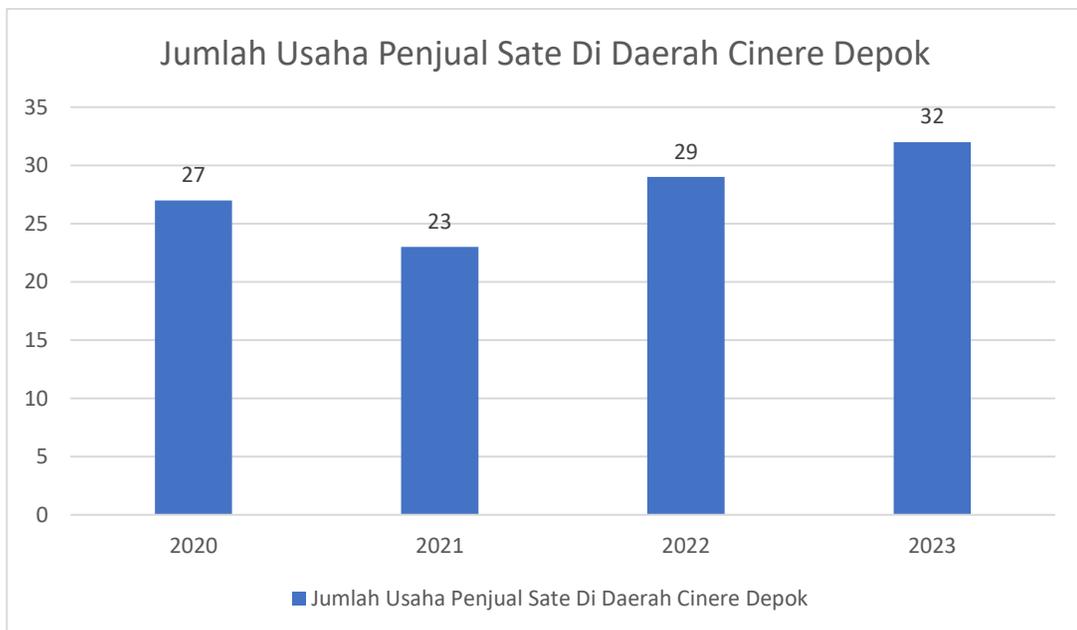
di atas, Sate Acin Mengantuk merupakan salah satu dari total 219.238 usaha mikro yang berada di Depok sampai dengan tahun 2021.

Berikut ini adalah grafik penjualan Sate Acin Mengantuk dari bulan Januari sampai Juli tahun 2023 dapat di lihat pada Gambar I. 5.



Gambar I. 5 Omset penjualan periode Januari-Juli 2023

Dengan keadaan persaingan usaha yang sejenis semakin meningkat, usaha Sate Acin Mengantuk dirasa belum bisa mengoptimalkan pangsa pasar dikarenakan selama ini pelanggan yang datang kebanyakan berasal dari daerah-daerah yang cukup jauh dari kedai Sate Acin Mengantuk. Akan lebih baik lagi jika usaha Sate Acin Mengantuk dapat menguasai pasar di sekitar daerah kedai Sate Acin Mengantuk ini yang berada di daerah sekitar Kota Depok. Dapat di lihat pada gambar I. 6 memperlihatkan banyaknya usaha sejenis membuat Sate Acin Mengantuk harus memiliki strategi untuk bersaing dengan usaha sejenis dengan kondisi internal dan eksternal dari usaha Sate Acin Mengantuk agar kedepannya diharapkan Sate Acin Mengantuk dapat menerapkan strategi pemasaran dengan maksimal untuk tujuan pengembangan usaha makanan tersebut, terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan target penjualan tidak tercapai.



Gambar I. 6 Jumlah Penjual Sate di daerah Cinere Depok Dari Tahun 2020-2023

Faktor-faktor telah diidentifikasi dan disajikan dalam bentuk *fishbone* diagram. *Fishbone* diagram yang memuat faktor-faktor penyebab tidak tercapainya target penjualan yang diidentifikasi melalui 4P yaitu *product*, *place*, *price*, dan *promotion*. Berikut ini merupakan penjelasan dari masing-masing faktor 4P yang terdapat pada *fishbone* diagram:

1. *Product*

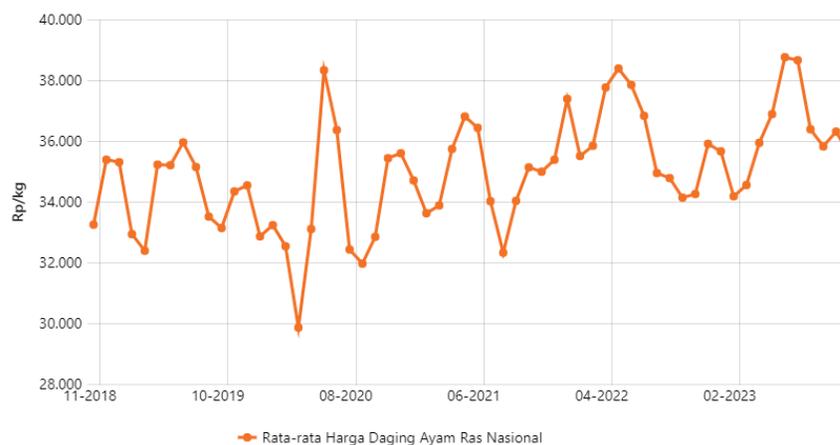
Pada faktor *product* Sate Acin Mengantuk, saat ini hanya memiliki dua produk, sehingga pelanggan mungkin tidak tertarik dengan produknya, sehingga kompetitor akan lebih mudah mendapatkan perhatian pelanggan.

2. *Place*

Berdasarkan faktor *place* yaitu lokasi penjualan produk pada saat ini usaha Sate Acin Mengantuk mempunyai tempat yang kurang strategis dan kurang nyaman karena terlalu sempit untuk konsumen Sate Acin Mengantuk yang ingin makan di tempat.

3. *Price*

Untuk menentukan harga produk yang ditawarkan diperlukan rincian dari harga bahan baku. Harga bahan baku di sekitar lokasi produksi tidak stabil yang menyebabkan jumlah pendapatan. Hal tersebut menjadi salah satu faktor yang mengakibatkan berkurangnya jumlah keuntungan yang didapatkan dan akan berakibat tidak tercapainya target penjualan dapat di lihat pada Gambar I. 7.



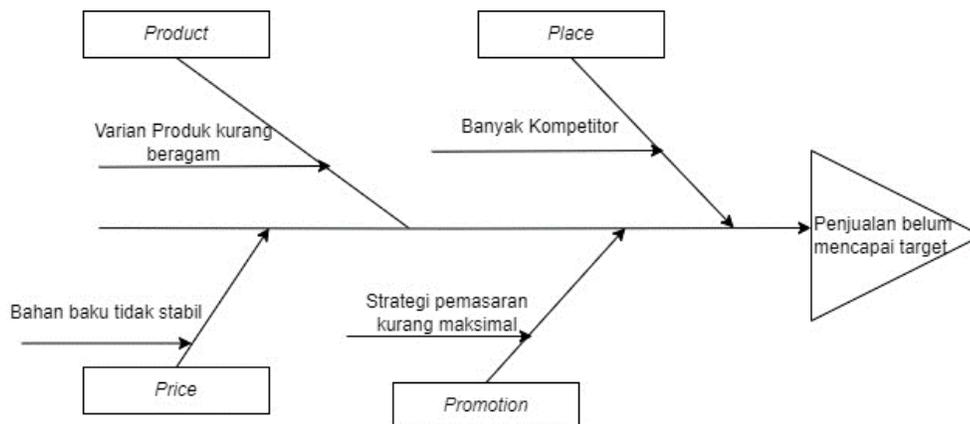
Gambar I. 7 Data harga daging ayam 2018-2023

(Sumber: databoks.katadata.co.id, 2023)

4. Promotion

Pada faktor ini menjadi masalah utama yang terjadi pada Sate Acin Mengantuk, strategi yang dilakukan oleh *owner* dengan sosial media belum efektif karena sosial media yang kurang aktif mempengaruhi terhadap penjualan Sate Acin Mengantuk. Berdasarkan respon konsumen mengenai informasi produk yang di tawarkan tidak tersampaikan dengan baik kepada konsumen baik dari konten promosi media sosial yang membosankan dan tidak stabil maupun dari promosi secara langsung kepada konsumen. Sehingga diperlukannya strategi pemasaran yang optimal untuk memenuhi tercapainya target penjualan. Dengan adanya strategi pemasaran yang *optimal* penyebaran informasi akan tersampaikan dengan baik kepada para konsumen.

Dari permasalahan dan solusi yang ada bisa dilihat bahwa Sate Acin Mengantuk memiliki peluang untuk menemukan strategi pemasaran yang tepat agar mendapatkan alternatif strategi yang bisa meningkatkan penjualan. Solusi yang diusulkan dari permasalahan yang terjadi pada Sate Acin Mengantuk diharapkan bisa mengembalikan strategi pemasarannya agar dapat berkembang dengan baik kedepannya dan bisa menguasai pasar yang ada. Berikut ini adalah *fishbone* dari permasalahan yang di alami oleh Sate Acin Mengantuk dapat di lihat pada Gambar I. 8.



Gambar I. 8 *Fishbone Diagram*

Dengan permasalahan pada *fishbone* didapatkan akar permasalahan dan potensi solusi untuk usaha Sate Acin Mengantuk pada Tabel I. 1.

Tabel I. 1 Akar masalah dan potensi solusi Sate Acin Mengantuk

No.	Akar Permasalahan	Potensi Solusi
1	Variasi Produk Kurang beragam	Menambah variasi produk menarik yang sesuai dengan minat pelanggan. Dalam upaya penambahan variasi produk perlu dilakukan riset produk yang diharapkan oleh pelanggan.
2	Banyak Kompetitor	Menghadapi kompetitor yang utama adalah dengan mengenali kompetitor dan target pasar, dengan cara mengendalikan situasi persaingan bisnis lalu meningkatkan pelayanan dan kepekaan terhadap kebutuhan pelanggan.
3	Harga bahan baku kurang stabil yang mengakibatkan keuntungan berkurang	<i>Owner</i> diusahakan untuk memilih supplier atau vendor bahan baku dengan harga paling rendah sehingga keuntungan mereka tidak berkurang terlalu banyak.
4	Strategi pemasaran belum maksimal	Belum memiliki strategi pemasaran yang optimal mengakibatkan penjualan tidak mencapai target. Untuk membangun strategi pemasaran lebih efektif dengan sosial media yang dibangun lebih aktif dan menarik.

I.2 Perumusan Masalah

Berikut ini rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apa Strategi alternatif pemasaran yang dapat digunakan oleh Sate Acin Mengantuk untuk meningkatkan penjualannya?
2. Apa strategi pemasaran yang diprioritaskan untuk dilakukan implementasi pada usaha Sate Acin Mengantuk?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

1. Menentukan alternatif-alternatif strategi pemasaran yang digunakan oleh usaha Sate Acin Mengantuk.
2. Menentukan strategi prioritas untuk di terapkan pada usaha Sate Acin Mengantuk.

I.4 Manfaat Tugas Akhir

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada penelitian ini, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan, dapat menghasilkan strategi bisnis yang dapat membantu Sate Acin Mengantuk untuk meningkatkan pendapatan.
2. Bagi peneliti, hasil dari penelitian yang dilakukan dapat mengimplementasikan sebuah solusi permasalahan dalam upaya meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam suatu organisasi.

I.5 Sistematika Penulisan

Adapun penyusunan sistematika penulisan dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Berisi uraian latar belakang, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Berisi literatur yang diperoleh dari berbagai sumber atau jurnal. Sehingga dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah pada tugas akhir.

BAB III Metode Penyelesaian

Berisi tahapan mengenai penelitian yang meliputi pengambilan data, pengumpulan data, analisis, validasi dan verifikasi dari hasil rancangan dalam menyelesaikan masalah.

BAB IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Berisi rancangan mengenai data dan proses perancangan menggunakan sistematika perancangan.

BAB V Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan

Berisi tahapan mengenai validasi dan evaluasi berdasarkan dengan hasil dari perancangan yang telah diperoleh

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Berisi kesimpulan dan saran mengenai penyampaian tugas akhir.