

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

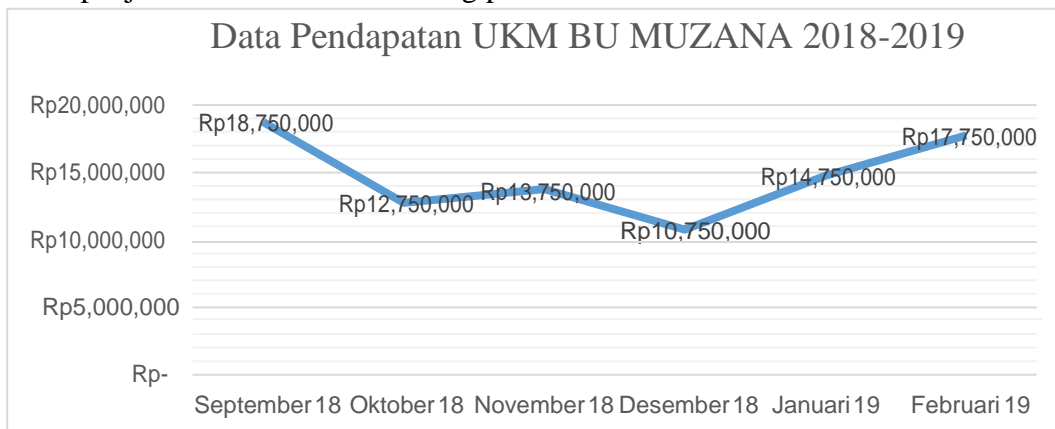
Perkembangan bisnis di Indonesia setiap tahunnya selalu mengalami perkembangan, masyarakat Indonesia sudah banyak yang memiliki pola pikir untuk memiliki sebuah usaha, dari usaha kecil sampai skala besar untuk mendapatkan pendapatan. Dalam membuat sebuah usaha seorang pemilik usaha harus benar – benar memikirkan segala sesuatunya mulai dari bahan baku, proses pembuatan, sampai ke pemasaran.

Perusahaan harus bias membaca persaingan bisnis agar kedepan nya biasa memenangkan pertatungan strategi pemasaran dengan perusahaan yang lain. Perusahaan perlu mengetahui keadaan kekuatan dan kelemahan dari perusahaan dalam persaingan. Hal ini akan bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui dan mengenali kondisi perusahaan, serta memanfaatkan setiap peluang dan meminimalkan ancaman dari lingkungan eksternal, karena perkembangan bisnis yang berada Indonesia yang sudah pesat maka sebuah perusahaan dituntut untuk lebih berinovasi dalam mengembangkan sebuah usaha agar perusahaan tetap konsisten dalam melakukan penjualan, salah satu caranya yaitu dengan melakukan strategi pemasaran.

UKM Bu Muzana adalah industri kuliner rumah bergerak di bidang penjualan dan produksi makanan ringan dan olahan ikan bandeng kuliner khusus kota Gresik. Bisnis UKM Bu Muzana yang didirikan pada tahun tahun 1969 awalnya hanya bisnis rumahan saja yang melayani pesanan olahan ikan bandeng di tetangga dan sekitaran wilayah Lumpur Gresik. Seiring berjalannya waktu dan pesanan olahan ikan bandeng mulai banyak di minati UKM Bu Muzana ber inisiatif menambah produksi olahan ikan bandeng nya dan membuka sebuah gerai toko yang beralamatkan di jalan Sindujoyo bertempat di Lumpur Gresik yang sangat dekat sekali dengan wilayah awal produksi olahan ikan bandeng UKM Bu Muzana. Olahan ikan bandeng Bu Muzana kini memiliki banyak varian rasa antara lain otak-otak bandeng, bandeng asap, bandeng presto dan bandeng tanpa duri produk olahan ikan bandeng Bu Muzana sudah banyak diminati konsumen di beberapa kawasan

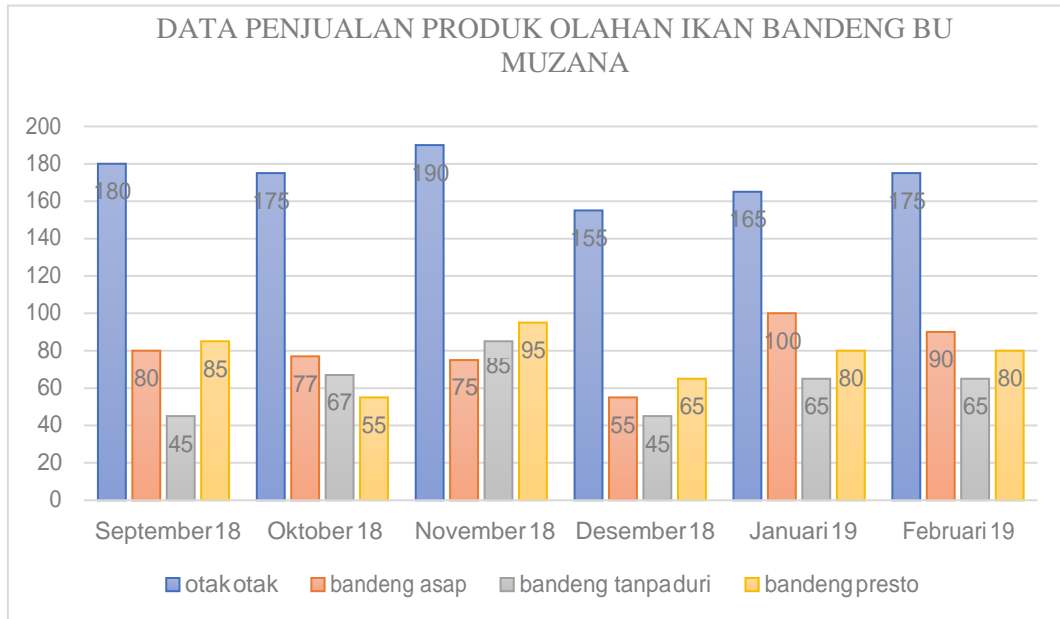
Gresik (Pongangan, Peganden, Suci, Gresik Kota Baru, Kebomas, Kedanyang, Manyar, Bungah, Cerme dan merambah ke kota kota luar Gresik) namun UKM Bu Muzana belum memikirkan untuk perkembangan jangka panjang, hal tersebut dapat dilihat dari kemasan produknya sederhana, hanya menggunakan kotak karton sebagai tutup pembungkus produk olahan ikan bandeng, perusahaan belum memiliki mesin yang bisa memproduksi dengan kapasitas lebih banyak. Hal tersebut membuat perusahaan kalah bersaing dengan produsen olahan ikan bandeng pesaing yang lain, Sehingga menuntut perusahaan untuk melakukan strategi pemasaran yang lebih tepat.

Saat ini UKM Bu Muzana melakukan pemasaran dengan membuka gerai toko menjual beraneka ragam produk olahan ikan bandeng dan produk penunjang lain nya seperti jajanan khas Gresik contoh nya ketjubung, jenang, kerpik dan kerupuk dan makanan ringan lain nya UKM Bu muzana sekarang memproduksi produk olahan ikan bandeng masih menggunakan tenaga manual belum mempunyai mesin yang dapat menambah hasil produksi olahan ikan bandeng yang dapat menambah pendapatan dan menghemat teanga kerja Hal ini membuat penjualan produk olahan ikan bandeng mengalami ketidakstabilan penjualan yang mempengaruhi jumlah pendapatan dari UKM Bu Muzana. Ketidakstabilan pendapatan penjualan olahan ikan bandeng dapat dilihat pada Gambar 1.1 serta data penjualan olahan ikan bandeng pada Gambar 1.2



Gambar 1.1 Grafik pendapatan produk olahan ikan bandeng periode bulan September 2018– Januari 2019

Sumber : Data pendapatan bulan bulan September 2018 – Januari 2019 UKM BU Muzana



Gambar 1.2 Grafik penjualan produk olahan ikan bandeng periode bulan September 2018– Januari 2019

Sumber : Data penjualan bulan bulan September 2018 – Januari 2019 UKM BU Muzana

Dari grafik 1.1 dilihat bahwa pendapatan penjualan produk olahan ikan bandeng mengalami ketidakstabilan dalam pendapatan. Ketidakstabilan penjualan UKM Bu Muzana tak lepas dari faktor tersebut dan juga bertambahnya jumlah pesaing Tabel 1.1 UKM pesaing

Table 1.1 Contoh UKM Pesaing

No	Nama UKM	Jenis Usaha	Alamat
1	UKM Mak Cah	Olahan Ikan Bandeng	Jl Sindujoyo IX / Kroman
2	UKM Kang Wahab	Olahan Ikan Bandeng	Jl Sindujoyo XV/ Kroman
3	UKM Sari Kelapa	Olahan Ikan Bandeng	Jl Sindujoyo XV/ Kroman
4	UKM Pak Elan	Olahan Ikan Bandeng	Jl Veteran Gresik

Dengan adanya persaingan tersebut maka perlu strategi pemasaran yang memungkinkan untuk tetap bertahan dan meningkatkan usaha olahan ikan bandeng. Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan pemilik UKM Bu Muzana Bapak Rio Diotiawan perusahaan kini memiliki pesaing yang lebih besar dari usaha yang sama dalam produksi pembuatan produk olahan ikan bandeng, pesaing tersebut memiliki

beberapa varian rasa dan bentuk dan pengemasannya juga menggunakan karton sebagai penutup produk olahan ikan bandeng perusahaan pesaing juga sudah menggunakan strategi pemasaran dengan baik sehingga membuat usahanya terus berkembang, salah satu contohnya para pesaing sudah menggunakan internet untuk promosi dan penjualan sehingga mereka jauh lebih berkembang terutama di strategi pemasarannya.

Dengan keadaan yang demikian maka UKM Bu Muzana harus memiliki sebuah usulan strategi pemasaran yang baik agar tetap bisa bersaing dengan usaha lain bahkan bisa mengungguli pesaingnya, jika tidak maka UKM Bu Muzana akan tertinggal dan sulit untuk memasarkan hasil produksinya, salah satu strateginya yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT berguna untuk berbagai faktor secara terstruktur dan sistematis (Rangkuti, 2005). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2005). Langkah selanjutnya adalah menentukan strategi prioritas dari usulan strategi pemasaran yang akan dihasilkan dari analisis SWOT, salah satu metode yang dapat menyelesaikan masalah tersebut adalah metode Dari beberapa alternatif tersebut akan ditentukan prioritas strategi yang akan digunakan. Dibutuhkan suatu metode yang dapat menyelesaikan masalah tersebut, salah satu metode yang dapat digunakan adalah metode *Analytic Hierarchy Process* digunakan untuk menetapkan alternatif strategi yang memiliki prioritas tinggi dan berperan untuk mempengaruhi hasil pada Keunggulan AHP dalam menyusun skala prioritas yaitu AHP mempertimbangkan prioritas relatif faktor-faktor pada sistem sehingga orang mampu memilih alternatif terbaik berdasarkan 4 tujuan mereka. Dan juga mempertimbangkan konsistensi logis dalam penilaian yang digunakan untuk menentukan prioritas.

Dari beberapa keterangan metode tersebut maka UKM Bu Muzana dapat menggunakan metode analisis SWOT dalam menentukan faktor internal dan faktor eksternal yang ada pada perusahaan dan kemudian dari data tersebut dikelola lebih lanjut untuk mendapatkan alternatif strategi pemasaran dengan menggunakan metode AHP sehingga UKM Bu Muzana dapat memiliki strategi pemasaran dan bisa bersaing dengan usaha yang lain.

1.2 Perumusan Masalah

Bagaimana menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan UKM Bu Muzana dengan menggunakan strategi analisis SWOT dan AHP ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui kondisi UKM Bu Muzana saat ini berdasarkan Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang dimiliki
2. Memberikan usulan strategi pemasaran tepat untuk meningkatkan volume penjualan pada produk olahan ikan bandeng UKM Bu Muzana berdasarkan AHP.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Dapat mengetahui kondisi perusahaan yang berdasarkan (*strengths*) (*opportunities*), (*weakness*), (*threats*) bagi perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan olahan ikan bandeng bagi UKM Bu Muzana
2. Memberikan usulan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan dan pendapatan pada produk olahan ikan bandeng dengan menggunakan metode AHP

1.5 Batasan Masalah

1. Data yang diambil pada penelitian ini adalah data penjualan olahan ikan bandeng dibulan September 2018-Februari 2019.
2. Data penjualan barang hanya bandeng asap, bandeng tanpa duri, bandeng presto dan otak otak bandeng produk pendukung seperti kerupuk dan jajanan yang lain nya disebabkan minimnya pemesanan sehingga jarang produksi.
3. Konsumen yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah konsumen yang berada di wilayah Gresik dan lingkungan sekitar UKM Bu Muzana

1.6 Asumsi-Asumsi

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kebijakan-kebijakan pemasaran pada olahan ikan bandeng UKM Bu Muzana tidak mengalami perubahan selama penelitian berlangsung.

2. Responden mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengetahui kualitas olahan ikan bandeng
3. Responden kuesioner SWOT diasumsikan mempunyai informasi yang cukup tentang kondisi internal dan external UKM Bu Muzana

1.7 Sistematika Penulisan

Pada pembahasan penulisan skripsi ini akan dibagi menjadi beberapa bab dengan pembagian bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah dilakukannya penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah dan asumsi, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang teori – teori yang melandasi setiap langkah dalam penelitian. Teori tersebut digunakan sebagai acuan dalam menganalisa permasalahan yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang langkah – langkah sistematis yang dilakukan dalam penelitian. Langkah – langkah penelitian yang telah ditetapkan tersebut merupakan suatu kerangka yang dijadikan pedoman dalam melaksanakan penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisi tentang data – data yang diperlukan dalam penelitian, serta pengolahan data yang dilakukan sesuai dengan metodologi penelitian yang telah ditentukan.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang analisis dan pembahasan penulisan terhadap data hasil pengola.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dan saran – saran yang direkomendasikan sebagai usaha perumusan strategi pemasaran UKM Bu Muzana