

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan perkonomian di negara Indonesia tidak terlepas dari peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Perkembangan usaha pada era globalisasi dengan peningkatan kemajuan teknologi dan penggunaan internet terus mengalami peningkatan hingga pada saat ini keberadaan UMKM memiliki dampak dalam upaya untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian di Indonesia, terbukanya lapangan kerja baru, mendorong laju pemulihan perekonomian pasca terjadinya pandemic Covid – 19. Dalam pembangunan perekonomian di Indonesia usaha kecil menjadi penggambaran sector yang mempunyai peran penting karena demografi Pendidikan masyarakat yang penduduknya memiliki jenjang pendidikan rendah dan berkecimpung dalam aktivitas usaha kecil hingga menengah pada sector tradisional hingga modern.

Berdirinya usaha pada sektor UMKM mampu meningkatkan penyerapan jumlah tenaga kerja yang siap bekerja sehingga mengurangi angka pengangguran di masyarakat, dengan terbukanya usaha pada sektor UMKM membuka kesempatan peluang kerja dan akhirnya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Berdasarkan informasi dari Kemenkop UKM (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah) Maret 2021 di <https://pip.kemenkeu.go.id/id/> UMKM memiliki rasio PDB yang kuat yaitu sebesar 61,97% dari PDB nasional setara dengan Rp. 8.500 triliun di tahun 2020. Dari segi tenaga kerja, UMKM efektif terhitung 97% dari total bisnis global hari ini di tahun 2020. . Menurut data

Badan Pusat Statistik mayoritas usaha atau industri usaha berskala mikro-kecil Indonesia bergerak di sektor industri makanan mencapai 1,51 juta unit usaha pada tahun 2020 mencapai 36% dari seluruh usaha mikro-kecil nasional yang memiliki total jumlah 4.21 juta unit usaha. Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh dari data Biro Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur Ditambahkan oleh BPS Provinsi Jawa Timur Diakses di <https://jatim.bps.go.id/> Kontribusi Koperasi dan UKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) atau Perekonomian daerah yang dicapai Jawa Timur pada tahun 2021 57,81% atau setara dengan Rp1.418,94 triliun. Kontribusi koperasi dan UMKM di Jawa Timur meningkat 0,56% dari tahun 2020 menjadi 57,25% atau setara dengan Rp1.361,39 triliun.

Terbukanya peluang usaha kecil membuat produsen bersaing dalam menciptakan nilai unggul produk yang dibuat , dengan peluang yang ada para pelaku usaha banyak memadukan bahan – bahan pilihan untuk dapat menghasilkan makanan dan minuman yang inovatif sehingga meningkatkan minat beli masyarakat. saat ini masyarakat cenderung tertarik terhadap produk yang unik dan cita rasa yang khas terhadap produk makanan, terciptanya usaha mikro kecil dan menengah membuat semakin bervariasi produk yang dipasarkan pada konsumen.

Semakin ketatnya persaingan bisnis dibutuhkan strategi yang tepat untuk dapat menjadi penguasa pasar, para pelaku usaha harus kreatif dan inovatif untuk memenangkan persaingan bisnis dan mempertahankan eksistensi usahanya serta menjaga kepercayaan konsumen pada produk yang dihasilkan. Pada hal ini dapat dilakukan staretegi bisnis yang tepat dan cepat untuk dapat mengakusisi perubahan pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen diantaranya adalah dengan

menetapkan strategi bisnis (business strategy) diantaranya strategi bisnis yaitu strategi pemasaran yang menjadi salah satu peran utama dalam penentuan strategi bisnis. Menurut Kotler & Armstrong (2018), "Marketing Management as the Art and Science of Selecting Target Markets and Building Profitable Relationships with Them." Yang memiliki arti manajemen pemasaran merupakan "Manajemen Pemasaran sebagai Seni dan Ilmu Memilih Pasar Sasaran dan Membangun Hubungan yang Menguntungkan dengan Mereka.". Selain itu Menurut American Marketing Association 1960 dalam (Assauri,2017). Pemasaran adalah hasil dari melakukan kegiatan usaha yang berkaitan dengan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pemasaran juga mencakup kegiatan yang berkaitan erat dengan tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran. yang terjadi antara produsen dan konsumen . Kegiatan pemasaran harus mampu memahami perilaku konsumen sehingga strategi konsumen yang diterapkan dapat memberikan kepuasan konsumen serta loyalitas konsumen terhadap produk serta agar terciptanya citra baik terhadap produk perusahaan yang dipasarkan.

Strategi pemasaran mencakup ruang lingkup yang luas dalam mendapatkan hasil yang optimal penjualan yang menguntungkan pada penjualan menjadi salah satu indikator capaian keberhasilan strategi pemasaran untuk dapat mengoptimalkan strategi pemasaran diantaranya ada beberapa strategi yang merupakan ruang lingkup strategi pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi produk, strategi harga, dan strategi pelayanan. Tujuan utama dalam pemasaran adalah adanya peningkatan volume penjualan,

dengan harga yang kompetitif dari pesaing akan mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen sehingga konsumen dapat memilih produk yang dibutuhkan.

Para pelaku bisnis memiliki peluang besar untuk memasarkan produknya, termasuk industri makanan bakery. Melimpahnya bahan baku dan keinginan masyarakat untuk membelinya di toko roti semakin meningkat. Hal ini terlihat dari munculnya berbagai variasi pemanggangan dan inovasi berbagai dekorasi roti yang khas menciptakan banyak rasa dan bentuk yang khas yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Sebagai salah satu jenis makanan ringan, roti dapat disantap oleh berbagai kalangan masyarakat mulai dari anak-anak, remaja hingga orang dewasa, dan sebagian besar dari mereka menyukai roti sebagai menu pengganti nasi atau sekedar sebagai pendamping cemilan dalam berbagai cara. Tak hanya itu, tepung ini juga dibutuhkan dalam berbagai hal. Mulai dari pengajian, arisan, seminar hingga pernikahan, roti hampir selalu dijadikan makanan ringan dan makanan. Tingginya animo masyarakat dan permintaan terhadap roti menunjukkan bahwa peluang di sektor ini dapat terus berkembang. Kemunculan dan komersialisasi usaha kecil untuk meningkatkan kapasitas lokal, membuka peluang pendapatan individu melalui kebutuhannya, dan dampak dari lahirnya usaha mikro selama ini dapat bekerja di pemerintahan dengan membuka lapangan kerja baru dan menyerap lapangan kerja terutama bagi masyarakat yang memiliki sedikit keterampilan. Semakin banyak bermunculan UMKM dalam industri pangan sehingga menimbulkan persaingan antar produsen, sehingga tidak heran jika banyak yang mencoba peruntungan di industri pangan.

UMKM Cake Pisang Raja Impian merupakan salah satu industry makanan yang bergerak dalam bidang usaha industri roti yang telah berdiri pada tahun 2014. Sebelum berdirinya usaha toko roti ini terdapat banyak pelajaran yang didapatkan dari berdirinya toko roti Cake Pisang Raja Impian yang pada awalnya adalah toko kelontong sejak 18 tahun lalu yang telah mengalami kebangkrutan. Berdirinya UMKM Cake Pisang Raja Impian yang didirikan Hj. Ismu memiliki banyak kisah dibalikinya yang awal berdirinya hanya melalui gerobak kecil disudut pasar plumpang sekarang telah berkembang menjadi sebuah outlet roti terbesar di kecamatan plumpang. Toko roti cake pisang impian telah memiliki 1 rumah produksi yang berada di Kecamatan Plumpang Kabupaten Tuban, adapun sarana produksi yang terdapat di toko roti ini antara lain 8 unit oven , 6 unit mesin pengaduk , 4 rak penguapan dan memiliki 30 karyawan yang bekerja pada jam 07.00 WIB - 16.00 WIB . Sasaran konsumen adalah dari anak – anak sampai orang dewasa tidak ada batasan dalam mengkonsumsi produk cake pisang karena tidak menggunakan pengawet dan badan usahanya telah terdaftar pada P-IRT No: 2063523010260-20 . Produk ini memiliki satu gerai toko di daerah Jln. Tanggungan, Ds.Plumpang, Kota Tuban, Jawa Timur.

Setiap hari proses produksi UMKM Toko roti Cake Pisang Raja Impian Tuban memproduksi banyak varian roti yang berbahan dasar utama pisang raja berikut ini adalah varian produk yang dimiliki UMKM Cake Pisanf Raja Impian Tuban beserta daftar harga.

Tabel 1. 1 Produk UMKM Cake Pisang Raja

Jenis Produk	Harga
Cake Pisang Raja Jumbo, Besar, Sedang, Kecil	Rp. 13.000 – Rp. 5.500
Cake Tape	Rp. 5.500,-
Cake Kacang Hijau	Rp. 11.000,-

Sumber : Daftar Produk dan Harga UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban Tahun 2022

Produk dari UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban dipasarkan hingga ke wilayah Surabaya, Gresik, Lamongan, Jombang, Madiun, Dan Rembang dengan sasaran konsumen anak – anak hingga dewasa . Semakin banyaknya usaha yang memproduksi cake pisang raja membuat semakin ketat persaingan dalam mendapatkan konsumen serta memperthankan pelanggan. UMKM Cake Pisang Raja Impaian Tuban merupakan toko roti dengan bahan utama pisang yang paling diminati pada Kabupaten Tuban. Namun demikian, UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban Imemiliki banyak pesaing sebagai produsen cake pisang raja maupun bidang bisnis kuliner lainnya. Salah satu pesaing terbesar bagi UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban di Tuban adalah Sumber Rejeki.

Berikut adalah penyajian data penjualan UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban 5 tahun terakhir, dimulai pada tahun 2017 sampai tahun 2021 :

Tabel 1. 2 Volume Penjualan Tahun 2017 - 2021

No	Tahun	Jumlah Penjualan Roti (Pcs)
1	2017	3.869.000
2	2018	4.599.000

3	2019	4.745.000
4	2020	3.577.000
5	2021	4.672.000

Sumber : Data Wawancara Tahun 2022 Pada Penjualan Tahun 2017 – 2021 UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa penjualan produk Cake Pisang Raja pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban volume penjualan tertinggi terdapat pada tahun 2019 karena pada tahun tersebut cake pisang sangat populer dikalangan masyarakat serta menjadi pelopor pertama munculnya cake pisang di kota Tuban dan UMKM Cake Pisang Raja mengalami penurunan volume penjualan pada tahun 2020 karena terjadinya pandemic covid 19 serta adanya pembatasan berskala besar (PSBB) dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan kembali pasca pandemic covid 19 pada pemulihan perekonomian karena banyaknya pesanan produk karena sudah tidak ada pembatsan dalam penyelenggaraan hajatan. Diketahui terdapat fluktuasi penjualan produk pada tahun 2017 – 2021 dan mengetahui bahwa semakin banyak UMKM yang ada di Kota Tuban menimbulkan banyaknya persaingan bagi UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban. Analisis yang menguntungkan diperlukan dalam bisnisnya untuk meningkatkan volume penjualan.

Sikap inovatif dalam startegi pemasaran juga dikembangkan agar produk yang dihasilkan dapat sesuai kebutuhan konsumen serta peningkatan pelayanan juga diperhatikan dan ditingkatkan secara berkala. Sehingga pelaku bisnis harus menentukan Strengths,Weakness, Opportunities, dan Threats dengan menggunakan analisis SWOT pelaku usaha dapat menentukan starategi bisnis

yang tepat yaitu dengan menggunakan analisis SWOT sehingga dapat diketahui faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan atau keunggulan (Strengths), dan kelemahan (Weakness) dan dapat mempertimbangkan faktor eksternal usaha yang dijalani yaitu peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) sehingga usaha dapat mengadaptasi dan mengetahui secara objektif kondisi faktor internal dan eksternal sehingga bisnis dapat cepat beradaptasi dan mengendalikan jika terjadi perubahan dari luar dan mampu meningkatkan volume penjualan secara signifikan. Diketahui bahwa pentingnya menjaga kualitas produksi dan melakukan promosi dalam mempengaruhi peningkatan penjualan. Berdasarkan data dan penjelasan latar belakang dalam penulisan proposal penelitian maka penulis tertarik memeparkan judul penelitian . **“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban) ”** .

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan data yang tersedia diatas , maka dapat identifikasi rumusan masalah yang akan menjadi topik dari pembahasan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban ?

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian terhadap UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang

dilakukan oleh pemilik usaha UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

1.3 Manfaat

Dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

1. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur kepustakaan terkait dengan penelitian terkait “ Analisa Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban)”.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan pengetahuan khususnya terkait dengan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) .

b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut ini :

1. Bagi penulis , diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang strategi pemasaran yang berkaitan dengan meningkatkan volume penjualan yang kedepannya dapat bermanfaat dalam membangun sebuah usaha.

2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat berupa hasil informatif kepada perusahaan untuk menambah referensi dan solusi pemecahan masalah dan memberikan manfaat bagi UMKM Cake Pisang Raja Impian Tuban. Yang pada hasil akhirnya dapat menjadi masukan bagi usaha dalam meningkatkan kinerja dalam mengelola manajemen pemasaran yang efektif dalam mengambil keputusan bisnis.
3. Bagi pihak lain maupun penulis selanjutnya, agar dapat mengetahui pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan. Sehingga dapat digunakan untuk meninjau. Kembali apa yang harus dilakukan terkait dengan strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan.