

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat perkembangan dalam dunia usaha yang sangat pesat dan menimbulkan persaingan ketat di antara pelaku usaha terutama pada pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM). Kota Surabaya merupakan salah satu kota yang sangat mendukung masyarakatnya dalam mendirikan Usaha Kecil Menengah (UKM), masyarakat berlomba-lomba menunjukkan berbagai kreativitas dan inovasi yang dimiliki untuk menghasilkan suatu usaha baru dalam bentuk barang, jasa, maupun produk. Selain untuk menunjang perekonomian masyarakat, pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) juga berperan penting dalam membuka lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat sekitar.

Dengan adanya persaingan diantara pelaku usaha, perusahaan harus mampu menyusun strategi yang sangat tepat guna mengembangkan usahanya agar tetap bertahan. Salah satu strategi bisnis yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan strategi pemasaran tepat yang memiliki peran penting dalam kegiatan bisnis. Karena itulah strategi pemasaran yang telah ditetapkan harus mampu menarik konsumen agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

Strategi pemasaran yang efektif dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan setiap bulannya maupun setiap tahunnya, dalam hal ini perusahaan harus mampu membaca peluang serta dapat memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap

peningkatan penjualan produknya. Salah satu cara untuk mengembangkan Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah dengan mengikutsertakan peran pemerintah dan binaan dari wali kota dalam memberikan dukungan lebih serta memberikan fasilitas bagi pelaku usaha agar lebih mudah dalam memasarkan dan mempromosikan produknya.

Perkembangan teknologi juga menjadi hal yang diperlukan oleh setiap pelaku usaha karena mereka sadar bahwa teknologi adalah jalan yang sangat tepat untuk memperkenalkan hasil produknya. Saat ini banyak sekali media yang dapat dimanfaatkan untuk mengenalkan produk masing-masing secara online seperti instagram, *website*, bukalapak, shoope, tokopedia atau media lainnya yang banyak digunakan oleh para konsumen.

Dalam melakukan pemasaran yang tepat, faktor yang dapat mempengaruhi usaha dalam pencapaiannya adalah dengan meningkatkan penjualan. Upaya untuk mencapai peningkatan penjualan tersebut terdapat berbagai alternatif strategi yang dapat digunakan salah satu alternatif umum yang sering digunakan adalah strategi bauran pemasaran meliputi produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Dari keempat variabel dalam bauran pemasaran tersebut yang menjadi salah satu tolak ukur adalah produk (*product*).

Selain memikirkan strategi pemasaran pelaku usaha juga harus memperhatikan kualitas sumber daya manusianya dengan cara memotivasi karyawan agar tidak mudah jenuh serta memberikan *reward* atas kinerjanya. Selain itu atasan juga berperan dalam memfasilitasi karyawannya mengikuti kegiatan pelatihan-pelatihan untuk mengembangkan kreativitas karyawannya dan

mengikutsertakan seminar agar karyawan dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

Oleh Karena itu, pelaku usaha dituntut untuk menganalisis usahanya. Analisis SWOT dapat membantu pelaku bisnis dalam menganalisis bagaimana strategi pemasaran yang harus dijalankan perusahaan tersebut dalam mencapai tujuannya.

Dalam meneliti suatu strategi bisnis peneliti menggunakan strategi pemasaran “4P” yaitu *Produk* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Distribusi) *Promotion* (Promosi), Dari keempat unsur tersebut akan di kaji pada hasil dan kesimpulan menggunakan analisis SWOT pada UD. Bengkel Kriya Daun 9996 Surabaya. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Pentingnya industri kreatif yang berkembang saat ini sangat berpengaruh pada tingkat perekonomian masyarakat. Selain dapat memenuhi kebutuhan dan membuka lapangan pekerjaan diharapkan industri kreatif dapat memasuki pasar Internasional dan bersaing dengan produk-produk luar negeri serta dapat meningkatkan citra Indonesia di mata dunia dengan hasil karya anak bangsa. Industri kreatif yang bermodalkan kreativitas sumber daya manusia memiliki peluang besar untuk menghasilkan produk-produk yang inovatif dan bernilai jual tinggi dengan memanfaatkan warisan budaya serta kearifan lokal.

UD. Bengkel Kriya Daun 9996 Surabaya, merupakan salah satu industri kreatif yang bergerak pada bidang *handycraft* dengan memanfaatkan sampah daun

kering sebagai bahan utamanya. Daun merupakan salah satu organ terpenting tumbuhan yang sangat bermanfaat untuk kehidupan sehari-hari yang biasa diolah sebagai bahan baku makanan dan sebagainya, biasanya daun yang sering digunakan adalah daun-daun yang masih segar. Sedangkan untuk daun kering yang biasa dianggap sampah sering diabaikan padahal jika melihat peluang sampah daun kering dapat diolah menjadi suatu karya yang sangat berguna bahkan memiliki nilai jual dan menghasilkan omset yang cukup besar. *Handycraft* merupakan kerajinan tangan atau seni yang berfokus kepada keterampilan tangan dan fungsi untuk mengolah bahan baku yang sering ditemukan di lingkungan menjadi benda-benda yang tidak hanya bernilai pakai tetapi juga bernilai estetis.

Sri Retnanik merupakan salah satu pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) yang memanfaatkan sampah daun kering dan diolah menjadi produk yang sangat bernilai jual yang sangat tinggi. UD. Bengkel Kriya Daun 9996 adalah usaha yang didirikannya pada 9 September 1996 yang beralamat di Jalan Ngagel Mulyo XV No.23A, Ngagelrejo Wonokromo, Kota Surabaya. Produk yang dihasilkan oleh UD. Bengkel Kriya Daun 9996 berbagai macam mulai dari kotak tissue, kotak permen, kotak coklat, tempat kopi luwak dan sebagainya. Promosi yang dilakukan UD. Bengkel Kriya Daun 9996 dengan cara memanfaatkan media sosial online seperti *facebook*, *website* dan media sosial lainnya guna memperluas pangsa pasar.

Selain memasarkan produknya di pasaran lokal UD. Bengkel Kriya Daun 9996 sudah mengeksport produknya ke berbagai negara, seperti Perancis, Inggris, Amerika, Dubai. Tahun 2002 ekspor ke Australia, Belanda, Korea, Malaysia.

Semua konsumen dari luar negeri didapatkannya lewat pameran. Sampai saat ini kegiatan ekspor masih dilakukan secara rutin ke negara Inggris setiap bulannya dengan pemesanan kotak abu jenazah.

Dengan berbagai macam bentuk dan ukuran produk yang dihasilkan sangat beragam, UD. Bengkel Kriya Daun 9996 juga menetapkan harga sesuai dengan klasifikasi produk tersebut. Harga yang ditawarkan cukup beragam mulai dari Rp. 10.000 – Rp. 5.000.000 yang disesuaikan dengan tingkat kesulitan produk dan jumlah produk yang dipesan. Semakin banyak pemesanan produk harga yang ditawarkan akan semakin murah, minimal produk yang dipesan <500 pcs sampai dengan maksimal >500 pcs.

**Tabel 1.1**

**Data Omset Penjualan Bengkel Kriya Daun 9996 Surabaya**

<b>No.</b>	<b>Tahun</b>	<b>Omset Penjualan</b>
1.	2014	Rp. 126.230.000,-
2.	2015	Rp. 186.590.000,-
3.	2016	Rp. 230.130.000,-
4.	2017	Rp. 191.791.000,-
5.	2018	Rp. 209.185.000,-

Sumber : UD. Bengkel Kriya Daun 9996 Surabaya 2019

Berdasarkan **tabel 1.1** diatas, dapat dilihat bahwa Bengkel Kriya Daun mengalami kondisi fluktuatif, Hal ini dapat dilihat dari perkembangan setiap

tahunnya yang mana pada tahun 2014 omset penjualan yang didapatkan sebesar Rp. 126.230.000 pada tahun 2015 omset penjualan mengalami peningkatan sebesar Rp. 186.590.000 kemudian pada tahun 2016 omset penjualan sebesar Rp. 230.130.000 sedangkan pada tahun 2017 mengalami penurunan omset sebesar Rp. 191.791.000 dan pada tahun 2018 mengalami peningkatan omset sebesar Rp. 209.185.000.

Melihat perkembangan omset penjualan 5 tahun terakhir yang mengalami kondisi fluktuatif maka UD. Bengkel Kriya Daun 9996 terus berusaha mengembangkan usahanya dalam meningkatkan promosi serta meningkatkan kualitas produk agar usaha tersebut mampu menstabilkan dan meningkatkan omzet penjualan untuk kelangsungan usahanya.

**Tabel 1.2**

**Data Penjualan UD. Bengkel Kriya Daun 9996 Surabaya 5 Bulan Terakhir**

No	Periode (Bulan)	Banyak Penjualan	Jumlah (Rp)
1.	Oktober (2018)	2.668	Rp 49.350.000,-
2.	November (2018)	2.845	Rp 52.250.000,-
3.	Desember (2018)	3.161	Rp 55.835.000,-
4.	Januari (2019)	2.632	Rp. 51.750.000,-
5.	Febuari (2019)	2.871	Rp 54.800.000,-

Sumber : UD. Bengkel Kriya Daun 9996 Surabaya 2019

Dari **tabel 1.2** diatas dapat dilihat bahwa pada 5 bulan terakhir UD. Bengkel Kriya Daun 9996 Surabaya mengalami penjualan yang fluktuatif, dimana pada

hasil penjualan tersebut memiliki perbedaan pada permintaan produk pada setiap bulannya. hal tersebut dapat menjadi pertimbangan UD. Bengkel Kriya Daun 9996 untuk meningkatkan penjualan serta terus melakukan inovasi produk dan konsisten dalam melakukan promosi.

Sejak usaha tersebut dibentuk dan dikembangkan hingga saat ini kendala yang dialami UD. Bengkel Kriya Daun 9996 adalah masih belum memiliki *store* karena masih mengandalkan bazar, pameran, *event* dan penitipan produk di mall maupun di sentra-sentra UKM yang ada di Surabaya, sedangkan untuk lokasi produksi juga masih dilakukan secara *hommade* di tempat kediaman pemilik.

Memiliki jumlah kompetitor yang tidak sedikit tentu menjadi alasan bagi UD. Bengkel Kriya Daun 9996 untuk terus mengembangkan usahanya melalui inovasi produk dan meningkatkan loyalitas pelanggan serta menjaga kualitas produk yang dihasilkan serta mengontrol pasokan bahan baku yang terkadang mengalami keterlambatan sehingga menyebabkan terhambatnya proses produksi.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti akan menyesuaikan teori yang ada dengan fakta dilapangan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berdasarkan kajian secara empiris dan secara teoritis maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul: **"Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Bengkel Kriya Daun 9996 Surabaya"**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan pada UD. Bengkel Kriya Daun 9996 Surabaya?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

“Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan yang dilakukan UD. Bengkel Kriya Daun 9996 Surabaya”.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi penelitian selanjutnya khususnya Ilmu Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang meliputi analisis SWOT. Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

### **2. Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk meninjau kembali apa yang harus dilakukan dalam mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh UD. Bengkel



Kriya Daun 9996 Surabaya melalui analisis SWOT. Dan berguna sebagai masukan atau pertimbangan bagi UD. tersebut dalam meningkatkan kinerjanya, serta menjadi referensi untuk tindakan selanjutnya dalam hal ini pengambilan keputusan bisnis.