

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Semakin meningkatnya persaingan bisnis saat ini menyebabkan berbagai para wirausaha dituntut untuk bisa bersaing dalam dunia bisnis bertujuan mencapai yang sudah direncanakan supaya bisnis nampak lebih unggul dibandingkan dengan bisnis pesaing. Karena hal tersebut, maka dalam menjalankan UMKM memerlukan strategi untuk meningkatkan penjualan. Strategi ini sangat berarti mengingat sebaik apa segmentasi, sasaran yang dituju, dan posisi pasar yang dilakukan tidak hendak berjalan bila tidak diiringi dengan strategi yang tepat. Strategi meningkatkan penjualan ialah ujung tombak guna mencapai konsumen sebanyak-banyaknya. Disamping itu, tujuan adanya strategi digunakan untuk menjatuhkan pesaing, ataupun menghadapi serbuan pesaing yang hendak masuk.

Strategi memiliki langkah-langkah yang harus dilakukan oleh pemilik UMKM supaya dapat mencapai tujuan. Di samping itu, banyaknya rintangan dan cobaan yang akan dihadapi guna mencapai tujuan. Sebab perihal tersebut, hingga UMKM membutuhkan perencanaan yang akurat untuk meningkatkan penjualan. Sehingga bisa memusatkan atensi posisi UMKM tersebut, mengenali kearah mana UMKM tersebut hendak dimulai, bagaimana mencapainya dan kegiatan apa yang perlu dicoba supaya bisa memaksimalkan kekuatan serta merebut kesempatan yang ada. Karena itu, perencanaan bisnis yang baik ialah perlengkapan yang berarti untuk

melaksanakan bisnis efisien serta efektif. Selain adanya strategi, dibutuhkan juga analisis bisnis yang dijalani untuk menunjang berhasilnya suatu perencanaan tersebut serta analisis yang biasanya digunakan oleh pemilik UMKM yakni analisis SWOT.

Analisis SWOT analisis perencanaan strategi yang berguna untuk mengevaluasi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), serta ancaman (threat). Melalui analisis SWOT ini dapat terbentuk pemasaran yang baik. Alnasya Snack & Bakery mulai terbentuk pada tahun 2016 lebih tepatnya sudah 5 tahun menggeluti Usaha Mikro Kecil Menengah ini, pada awalnya usaha ini dibuka karena pemilik dari UMKM Alnasya Snack & Bakery hobby membuat makanan ringan dan roti lalu mencoba untuk menerima orderan dan pada akhirnya berlanjut sampai sekarang, bisa dibilang dari hobby yang dapat menghasilkan. Pemilik dari UMKM Alnasya Snack & Bakery yaitu Anggita Sari. Alnasya Snack & Bakery disini menjual berbagai macam jenis kue tart, kue bolu dan kue basah. UMKM Alnasya Snack & Bakery memiliki ciri khas tersendiri dalam pembuatan kue-kuenya yaitu semua buatan tangan dari Anggita Sari selaku pemilik. Jika dilihat dari segala keistimewaan yang di miliki oleh Alnasya Snack & Bakery dengan menjual berbagai macam jenis kue dan semua olahan rumah termasuk kedalam Usaha Mikro Kecil Menengah dengan perkiraan omset perbulannya sekitar Rp 3 juta hingga Rp 5 juta. UMKM Alnasya Snack & Bakery telah berthan kurang lebih 5 tahun, dengan begitu para pelaku usaha agar mampu bertahan di atas 5 tahun membutuhkan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan.

UMKM dengan produk makanan di kota Surabaya ini menunjukkan perkembangan yang begitu pesat sebab kota Surabaya bukan termasuk dalam kategori kota wisata seperti kota Malang, Yogyakarta, dan masih banyak lagi. Untuk keberlangsungan usaha UMKM para pelaku bisnis perlu mengetahui strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk. Kondisi seperti ini diperlukan adanya manajemen strategi yang tepat, dengan begitu pelaku usaha tidak hanya fokus dengan manajemen keuangan semata namun juga pada manajemen pemasaran. Upaya tersebut sangat diperlukan untuk meningkatkan hasil penjualan dengan melakukan strategi yang tepat. Dengan begitu UMKM ini diharapkan mampu bersaing dengan produk sejenisnya baik dari kota yang sama maupun dari luar kota.

Dalam setiap perusahaan keberhasilan kunci nomor satu, dengan melaksanakan kunci tersebut setiap perusahaan membutuhkan sebuah strategi, begitu juga Usaha Mikro Kecil Menengah. Beberapa pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah beranggapan bahwa pemasaran ialah penjualan, namun jika di amati lagi pemasaran bukan berarti selalu berhubungan dengan penjualan. Pelaksanaan suatu rencana mengharuskan UMKM agar dapat menentukan target dalam jangka panjang, mengatur sumber daya yang dimiliki sehingga perumusan strategi dapat terlaksanakan dengan baik. Pelaksanaan strategi sering kali disebut dengan tahap tindakan dalam manajemen strategi.

Di era kompetisi bisnis yang semakin ketat ini, Usaha Mikro Kecil Menengah harus berani tampil beda dibandingkan dengan para pesaing lainnya. Dalam strategi meningkatkan penjualan produk dalam Usaha

Mikro Kecil Menengah, seluruh pelaku usaha harus memahami kebutuhan dari konsumen sehingga UMKM dapat memberikan produk yang diinginkan, dengan begitu ada beberapa alasan pentingnya UMKM memiliki strategi yang baik.

Keberhasilan suatu usaha tidak hanya dilihat dari perkembangan produk yang dihasilkan namun juga dari segi penjualan produk. Berdasarkan survey lapangan yang dilakukan, terdapat beberapa masalah mendasar yang menyebabkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Alnasya Snack & Bakery ini kesulitan disebabkan oleh permasalahan SDM serta pada bidang pemasaran, proses pemasaran UMKM Alnasya Snack & Bakery hanya bergantung pada pemesanan online dan hanya ada pada acara-acara tertentu yang memesan secara langsung, selain dua hal tersebut UMKM Alnasya Snack & Bakery tidak melakukan strategi penjualan lain.

Berdasarkan analisis- analisis kendala yang sudah diketahui, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah menganalisis strategi untuk meningkatkan penjualan, untuk menganalisis strategi tersebut maka digunakanlah analisis SWOT yang bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal dari aspek produk, harga, dan promosi. Analisis internal dimaksudkan untuk mengidentifikasi kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness), sedangkan analisis eksternal dimaksudkan untuk mengetahui peluang (opportunity) dan ancaman (threat).

Oleh karena itu berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul " STRATEGI MENINGKATKAN PENJUALAN

BERDASARKAN ANALISIS SWOT DI UMKM "ALNASYA SNACK & BAKERY" SURABAYA ".

1.2 Batasan Istilah

Adapun batasan istilah dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis SWOT sebagai alat yang digunakan untuk suatu perusahaan untuk mengidentifikasi atau mengevaluasi faktor-faktor internal *Strength* dan *Weakness* maupun eksternal *Opportunity* dan *Threat*
2. Strategi adalah rencana jangka panjang atau jangka pendek yang telah dipersiapkan untuk mencapai tujuan dari pemilik usaha dalam menghadapi berbagai kendala yang akan dilakukan pelaku usaha.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu :

"Bagaimana Strategi Meningkatkan Penjualan yang dilakukan oleh UMKM Alnasya Snack & Bakery berdasarkan analisis SWOT?"

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada pada penelitian, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

"Untuk mengetahui strategi meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh UMKM Alnasya Snack & Bakery berdasarkan analisis SWOT."

1.5 Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat secara teoritis

Dapat digunakan sebagai referensi bagi pembaca dan acuan perbandingan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan strategi untuk meningkatkan penjualan dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dimasa yang akan datang.

2. Manfaat secara Praktis

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan mengenai Strategi Meningkatkan Penjualan berdasarkan Analisis SWOT di UMKM "Alnasya Snack & Bakery" Surabaya

b. Bagi UMKM Alnasya Snack & Bakery

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai strategi-strategi yang digunakan untuk pemasaran UMKM Alnasya Snack & Bakery

c. Bagi STIE Mahardhika Surabaya

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan informasi kepada seluruh Mahasiswa/i STIE Mahardhika Surabaya dalam melakukan penelitian dibidang yang sama.

1.6 Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan penelitian kali ini supaya mudah dipahami dan dibaca oleh pembaca, maka penulis akan membagikannya kedalam beberapa bagian, yaitu :

BAB 1 PENDAHULUAN : Bab pendahuluan berisi mengenai latar belakang, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan skripsi. Bab ini adalah gambaran awal dari apa yang akan dilakukan oleh penulis.

BAB II LANDASAN TEORI : Bab ini membahas mengenai teori-teori yang melandasi penelitian ini dan menjadi dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam analisis penelitian ini. Selain itu, bab ini juga menjelaskan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN : Bab metode penelitian menjelaskan tentang penentuan jenis penelitian, pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, seta terknik analisis data.

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN : Bab ini membahas tentang objek penelitian, analisis data dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP : Bab ini berisis kesimpulann saran dan keterbatasan penelitian.