

BAB I

PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan dari topik penelitian ini.

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam bisnis menuntut perusahaan agar dapat bersaing dalam dunia bisnis dengan tujuan mencapai target yang telah dibuat oleh perusahaan untuk memenuhi persaingan antar perusahaan. Perusahaan memerlukan suatu strategi bisnis yang akurat sehingga dapat menjadi acuan jalannya bisnis, agar mengetahui ke arah mana perusahaan berjalan dalam mencapai suatu tindakan yang perlu dilakukan agar dapat memaksimalkan kekuatan dan merebut peluang yang ada dalam persaingan perusahaan. Menurut Arnold et al., (2020), strategi pengembangan merupakan penentuan suatu kerangka aktivitas yang dilakukan dalam bisnis perusahaan atau usaha untuk memberikan panduan untuk mengkoordinasikan aktivitas, sehingga dapat menyesuaikan lingkungan yang mungkin dapat berubah-ubah. Strategi juga sangat berkaitan dengan keputusan yang di ambil dalam melakukan bisnis, karena keputusan yang dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan dalam sebuah bisnis.

Menurut Indriartiningtias et al., (2019), Industri Kreatif ialah industri yang mempunyai ciri keunggulan pada sisi kreativitas dalam menghasilkan atau menciptakan suatu produk atau barang. Industri kreatif yang terdapat pada negara Indonesia sudah membantu berkontribusi yang signifikan terhadap perekonomian negara. Sesuai dengan visi misi yang dimiliki oleh badan ekonomi kreatif Indonesia yang ingin membangun industri kreatif lebih maju yang mampu mendorong perekonomian serta dapat membangun lebih banyak bisnis dalam lingkup kreatif. Kabupaten Pasuruan dengan jumlah sumber daya manusia yang sangat banyak sesungguhnya sangat berpotensi dalam melahirkan pembisnis yang berjiwa kreatif dan inovatif. UD. Veny Toys merupakan salah satu usaha kreatif yang bergerak

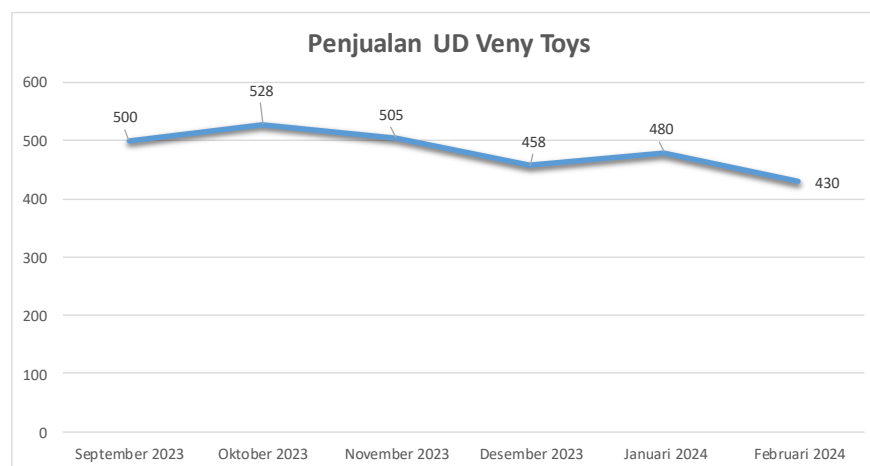
dalam bidang produksi mainan boneka. UD. Veny Toys mengalami perkembangan yang sangat baik dalam hal usaha produksi boneka, namun pada perkembangan yang terjadi beberapa mengalami kendala dengan bermuncunya pengusaha di bidang yang sama sehingga dapat mempengaruhi penjualan produk.

UD. Veny Toys merupakan pelaku usaha rumah industri yang bergerak memproduksi aksesoris seperti boneka dan bantal kepala. Jenis produk yang dihasilkan yaitu boneka dengan bermacam bentuk maupun ukuran, dengan jenis produksi *make to stok* atau *make to order* yang dapat melakukan pesanan secara *custom* sesuai pesanan yang diinginkan oleh konsumen. Lokasi produksi UD. VenY Toys bertempat di Dusun pateguhan, Desa Tawangrejo, Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan Produksi, sedangkan lokasi penjualan terdapat 3 *outlet* yang bertempat di dusun Mejasem, Dusun Tebon, dan Pandaan. Produksi boneka dilakukan selama lima hari dalam satu minggu dengan jam kerja mulai dari pukul 08:00 WIB sampai 16:00 WIB.

Persaingan usaha produksi boneka yang sangat ketat, membuat proses penjualan sangat tidak menentu, sehingga dengan persaingan bisnis yang ketat banyak hal yang perlu ditingkatkan dari hasil yang diperoleh dalam variabel 4C yang dapat memuaskan konsumen yang berkunjung ke UD Veny Toys. Dilihat dari segi pelayanan sistem pemasaran yang di UD. Veny Toys masih menggunakan metode *offline* yang mengharuskan *customer* datang ke tempat secara langsung dalam melakukan pembelian maupun pemesanan produk. Dalam segi *competitor* banyak pesaing yang bergerak dalam bidang sama mempengaruhi penjualan produk, terdapat beberapa *competitor* telah melakukan penjualan secara *online* dengan memanfaatkan beberapa media *Online Shop* sebagai media mereka memasarkan produknya.

Lingkup *company* kurangnya tata letak ruangan bagi karyawan yang sedikit kurang nyaman dalam memproduksi produk boneka, pengusaha harus selalu memberikan kenyamanan bagi karyawan maupun pelatihan kepada karyawan agar dapat selalu melakukan inovasi dalam produknya agar tidak tertinggal oleh *competitor* dalam bidang yang sama, oleh sebab itu dibutuhkan strategi pengembangan yang efektif ataupun ide baru dalam melakukan penjualan dengan

harapan dapat meningkatkan penjualan produk agar dapat bersaing pada pasar yang ada pada wilayah tersebut. ChangePentingnya melakukan inovasi baru merupakan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen maupun *reseller* UD. Veny Toys. Analisis awal dalam pembuatan strategi pengembangan UD. Veny Toys yaitu dengan menganalisis aspek pemasaran yaitu *change*, *competitor*, *customer*, dan *company* atau yang biasa disebut dengan 4C. Analisis 4C singkatan dari *change* merupakan perubahan yang terjadi meliputi perubahan teknologi, sosial - budaya, ekonomi dan perubahan pasar. Faktor kedua *competitor* merupakan pihak ataupun perusahaan yang sejenis menjadi pesaing bagi usaha. Faktor ketiga *customer* merupakan orang yang membeli produk sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan harapkan oleh konsumen. Faktor keempat yaitu *company* yang merupakan faktor internal dari suatu perusahaan yang di jalani saat ini.



Gambar 1.1 Data Penjualan 6 Bulan Terakhir

Gambar 1.1 menunjukkan hasil penjualan boneka yang terdapat pada UD. Veny Toys pada tahun 2023 sampai dengan tahun 2024 yaitu di bulan september 2023 sampai dengan bulan februari 2024 terdapat kenaikan maupun penurunan setiap bulannya. Bulan september melakukan penjualan hingga 500 pcs boneka, namun pada desember terjadi penurunan penjualan yang berjumlah 458 pcs. Hasil data diatas dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terdapat pada UD. Veny Toys yang terjadi ketidakstabilan pendapatan yang diperoleh dalam penjualan produk.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti bertujuan untuk dapat mengidentifikasi strategi pengembangan yang cocok dalam meningkatkan penjualan produk. Penelitian ini menggunakan variabel yang akan diidentifikasi adalah variabel 4C (*Changes, Customer, Competitor, Company*). Analisis strategi yang digunakan ialah metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui variabel 4C yang telah diperoleh sebelumnya. Variabel *customer* dan *company* dianalisis untuk mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang ada dalam perusahaan, sedangkan variabel *changes* dan *competitor* menganalisis untuk mengidentifikasi faktor eksternal berupa peluang atau ancaman yang dihadapi oleh UD. Veny Toys dalam strategi pengembangan. Selanjutnya QSPM dalam mencari prioritas yang diperoleh yang nantinya menjadi strategi yang tepat dan baik untuk perusahaan, sehingga dapat meningkatkan probabilitas keberhasilan agar tujuan perusahaan agar tercapai dan mendapatkan keputusan yang strategis. Melalui penelitian ini diharapkan membantu dalam meningkatkan penjualan produk boneka UD. Veny Toys.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana mengidentifikasi variabel 4C (*Changes, Customer, Competitor, dan Company*) untuk strategi pengembangan bisnis UD. Veny Toys?
2. Bagaimana kekuatan, peluang, ancaman dan kelemahan yang ada pada UD. Veny Toys?
3. Strategi apa yang dapat di hasilkan untuk sebuah strategi pemasaran pada UD. Veny Toys?
4. Bagaimana menemukan urutan yang prioritas menggunakan QSPM untuk strategi pemasaran UD. Veny Toys?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi variabel 4C (*Changes, Customer, Competitor, dan Company*) untuk strategi pemasaran yang digunakan untuk UD. Veny Toys
2. Mengidentifikasi kekuatan, peluang, ancaman dan kelemahan yang mempengaruhi pengembangan UD. Veny Toys.
3. Menentukan alternatif strategi yang dapat diaplikasikan untuk strategi pemasaran pada UD. Veny Toys.
4. Menemukan urutan strategi yang dapat diprioritaskan menggunakan metode QSPM.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak yang bersangkutan antara lain yaitu:

1. Manfaat secara teoritis, yaitu dapat meningkatkan keterampilan bagi penulis untuk menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan menambah wawasan serta menerapkan ilmu yang didapatkan selama kuliah.
2. Manfaat secara aplikatif, yaitu hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atau usulan bagi UD. Veny Toys dalam meningkatkan strategi pengembangan bisnis.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk membatasi lingkup permasalahan dari penelitian ini.

1. Penelitian ini difokuskan untuk meningkatkan strategi yang dilakukan oleh UD. Veny Toys.
2. Hasil penelitian ini merupakan bentuk usulan yang dapat membantu UD Veny Toys.

1.6 Asumsi Penelitian

Asumsi yang dipakai dalam penelitian ini yaitu tidak terjadi perubahan pada kebijakan yang ada pada UD Veny Toys selama kegiatan penelitian berlangsung.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi terdiri dari lima bab, urutan sistematika penulisan laporan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang usulan penelitian yang berkaitan dengan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga batasan masalah.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka berisi tentang teori-teori pendukung yang mendasari pembahasan dalam penelitian seperti *supply chain management*, pemodelan, dan metode sistem dinamis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian berisi tentang tempat dan waktu penelitian, jenis data, teknik pengambilan data, teknik pengolahan data, dan juga *flow chart* penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan berisi tentang gambaran umum dari perusahaan, hasil penelitian, hasil analisis data dan pembahasannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan beserta saran untuk penelitian berikutnya.