

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bab satu penulis ingin menjelaskan isi dari Bab satu berisi pendahuluan, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, Batasan penelitian, asumsi penelitian dan struktur penulisan

Menurut Nur Widyanti (2024) usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan kegiatan suatu usaha yang dapat memperluas suatu kesempatan dan memberikan sebuah layanan keuangan terhadap masyarakat. Peran UMKM dalam meningkatkan suatu perekonomian dunia untuk menyerap kemampuan untuk beradaptasi dan tenaga kerja pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM). Adapun pelaku usaha mikro kecil menengah dapat mendorong suatu pertumbuhan bagi suatu ekonomi dan mencapai *stabilitas* penjualan.

Potensi pada pelaku UMKM keripik telur asin di Desa Gunung Eleh perlu dikembangkan untuk bisa bersaing dengan usaha lainnya. Maka dari itu perlu dilakukannya tindakan terhadap usaha keripik telur asin maka dari itu dilakukannya strategi pemasaran pada usaha keripik telur asin dengan menerapkan metode SWOT dan Marketing *Mix* agar nantinya bisa membantu mengembangkan usaha sehingga bisa bersaing dengan perusahaan lainnya.

Kelemahan yang dialami oleh UMKM usaha kerupuk telur asin yang ada di Desa bangsal yaitu dari segi pemasaran yang masih terbilang rendah dengan jumlah penjualan tidak sampai 20% tiap bulannya sehingga usaha keripik telur asin turun drastis dari segi penjualannya. Karena kurangnya informasi pasar untuk memasarkan produk-produk karena keterbatasannya akses informasi pasar tersebut. maka dari itu menjadikan UMKM tidak dapat mengarahkan pengembangan sebuah usaha dan fokus sehingga perkembangan mengalami stagnasi.

Data Penjualan Keripik Telur Asin				
No	Bulan	tahun	Total Produksi	Total Penjualan
1	Agustus	2024	100	20
2	September		100	15
3	Oktober		60	10
4	November		50	15
5	Desember		50	16

Tabel 1.1 Data Penjualan Keripik Telur Asin 2024

Usaha keripik telur asin merupakan usaha rumahan yang dikelola oleh salah satu pelaku usaha di Desa Gunung Eleh, Kecamatan Kedungdung, Kabupaten Sampang. Usaha tersebut sudah ada sejak tahun 2021 hingga saat ini. Seperti yang sudah dijelaskan diatas, usaha ini memiliki beberapa kekurangan yang menjadikan usaha ini sulit dalam meningkatkan volume penjualannya. Mengatasi hal tersebut, para pelaku usaha keripik telur asin yang ada di Desa Gunung Eleh, Kecamatan Kedungdung, Kabupaten Sampang memerlukan strategi pemasaran dengan metode SWOT dan marketing Mix agar bisa bersaing dengan perusahaan lainnya serta memperkenalkan produknya pada masyarakat dalam skala luas.

Strategi pemasaran pada usaha keripik telur asin merupakan suatu fenomena yang ada dalam masyarakat, perkembangan teknologi memberikan pemahaman dan pengetahuan manusia untuk digunakan sebagai sarana prasarana untuk dijadikan sebagai objek pemasaran supaya aktor atau individu, maupun kelompok yang memiliki usaha bisa mengembangkan dengan menggunakan pemasaran melalui teknologi.

Sebagian besar pembisnis dituntut untuk memiliki strategi yang tepat dalam meningkatkan volume target penjualan. Perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks menjadikan industri UMKM di Indonesia semakin sulit. Salah satu Industri UMKM yang terdampak adalah Industri rumahan yang ada di desa Bangsal Gunung Eleh, Industri ini merupakan Industri yang memproduksi produk keripik telur asin. Industri ini memiliki fenomena kurangnya minat masyarakat dalam produk, kurangnya alat produksi, kurangnya pengetahuan produsen usaha keripik telur asin terhadap pemasaran melalui media sosial, dan sarana prasarana yang

kurang memadai. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis ditemukan adanya permasalahan tentang tidak adanya strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM keripik telur asin di Dusun Bangsal, Desa Gunung Eleh, Kecamatan Kedungdung, Kabupaten Sampang

Oleh karena itu, persaingan bisnis yang semakin ketat ini dikarenakan persaingan penjualan yang datang dari segala pejurur baik *domestic*, *regional*, maupun global. Persaingan yang kian luas menuntut para pelaku usaha UMKM dapat memasarkan produknya dengan tepat dan baik. Disamping itu perlunya dukungan terhadap pelaku UMKM guna untuk meningkatkan daya saing produksi usaha keripik telur asin.

Pemasaran menurut (Lupi and Nurdin 2016) merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui proses pertukaran barang maupun jasa. Makna lain dari pemasaran adalah disiplin bisnis, strategi yang mengarah pada penciptaan, penawaran, dan peningkatan *value* penjualan. Pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting karena berpengaruh terhadap kelangsungan usaha, laba, dan pertumbuhan usaha. Pemasaran juga penting dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat antara pengusaha. Melihat kondisi tersebut para pengusaha membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk mengembangkan usaha masing-masing agar memenuhi keinginan yang sudah diharapkan oleh perusahaan ataupun pelaku UMKM.

Strategi pemasaran menurut Kuriawan (2022) merupakan logika pemasaran yang ditujukan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Terdapat beberapa elemen dalam strategi pemasaran yaitu, biaya pemasaran suatu perusahaan atau pelaku usaha, bauran pemasaran, dan lokasi pemasaran

Strategi pemasaran dapat digunakan oleh pelaku UMKM khususnya pelaku usaha keripik telur asin di Desa Gunung Eleh, Kecamatan Kedungdung, Kabupaten Sampang menggunakan matrik analisis SWOT (*Strength*, *Weaknes*, *Opportunity*, *Threat*) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis ini dapat membantu pelaku usaha keripik telur asin dalam merumuskan strategi pemasaran.

Menurut Nur Rachma (2023) analisis SWOT merupakan sebuah alat yang banyak digunakan oleh sebuah perusahaan ataupun pelaku UMKM untuk melakukan sebuah analisis sebuah usaha dalam informasi sebuah strategi yang digunakan. Adapun yang dapat dilakukan oleh perusahaan ataupun UMKM yaitu melakukan untuk memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan sebuah peluang (*Oppurtunity*), dan juga meminimalkan sebuah kelemahan yang ada pada usaha tersebut (*Weakness*) dan sebuah ancaman (*Threats*) agar mendapatkan sebuah keinginan yaitu sebuah kemajuan suatu perusahaan maupun pelaku UMKM itu sendiri. Adapun analisis SWOT sangat bergantung pada faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor eksternal yaitu seperti kebijakan dan hukum. Adapun internal seperti dari segi keuangan, sumber daya, pemasaran dan sebuah sistem informasi untuk perusahaan maupun pelaku UMKM itu sendiri agar mencapai sebuah keinginan kesuksesan dalam usaha.

Adapun *marketing mix* merupakan sebuah strategi dari perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan sebuah strategi ini guna mencapai suatu tujuan target dari pemasaran. Adapun konsep dari *marketing mix* terdiri dari marketing mix jasa dan marketing mix untuk barang. Adapun marketing mix terdiri dari 4P elemen. *Produck* (produk). *Price* (Harga). *Place* (Tempat/ saluran distribusi) dan *Promotion* (promosi).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka dapat dirumuskan bahwa yang menjadi pokok permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha keripik telur asin di Desa Gunung Eleh, Kecamatan Kedungdung, Kabupaten Sampang.
2. Bagaimana strategi pemasaran usaha keripik telur asin dalam meningkatkan volume penjualan di Desa Gunung Eleh, Kecamatan Kedungdung, Kabupaten Sampang.

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha keripik telur asin di Desa Gunung Eleh, Kecamatan Kedungdung, Kabupaten Sampang.
2. Mengetahui strategi pemasaran usaha keripik telur asin dengan Swot dan *marketing mix* pada usaha keripik telur asin di Desa Gunung Eleh, Kecamatan Kedungdung, Kabupaten Sampang.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian memberikan manfaat bagi usaha UMKM keripik telur asin sebagai berikut:

Dapat membantu mencari kelemahan dari usaha keripik telur asin dengan metode SWOT dan *marketing mix* agar nantinya bisa memenuhi dari kemauan konsumen menemukan kelemahan yang dialami oleh pendiri UMKM baik dari segi produk maupun dari segi pengemasan yang kurang menarik bagi konsumen.

1.5. Batasan penelitian

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan serta bahan riset bagi pelaku usaha UMKM keripik telur asin di Desa Gunung Eleh, Kecamatan Kedungdung, Kabupaten Sampang untuk kemudian bisa menjadi bahan evaluasi agar para pelaku usaha keripik telur asin khususnya yang ada di Desa Gunung Eleh dapat lebih optimal dalam memasarkan produknya.

1.6. Asumsi Penelitian

Asumsi yang digunakan dalam penelitian tentang pengembangan usaha keripik telur asin dengan *marketing mix* dan swot di usaha rejeki mart agar nantinya usaha tersebut beroperasi lebih baik lagi

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan proposal skripsi dibagi menjadi lima bab yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan masalah, asumsi, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua berisi tentang tinjauan Pustaka yang menjadi sebuah landasan dalam penelitian. Bab dua juga menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang menjadi sebuah acuan dalam melakukan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga menjelaskan sebuah waktu dan tempat pelaksanaan penelitian, susunan alur penelitian, Teknik yang dilakukan saat melakukan penelitian, dan data yang akan dikaji serta analisis yang akan dipakai nantinya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat berisi mengenai data yang di dapatkan selama penelitian dan hasil dari pengolahan data serta analisis dan rekomendasi dari sebuah hasil penelitian terkait pengembangan di toko keripik telur asin Rejeki Mart.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima penutut berisi tentang kesimpulan hasil dari sebuah penelitian dan saran yang diperoleh dari pengolahan data dan menjawab dari tujuan penelitian serta saran yang menjadi sebuah masukan agar penelitian menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka berisi tentang daftar sumber-sumber yang telah digunakan dalam penelitian seperti buku, jurnal, dan lain-lain.

LAMPIRAN

Lampiran berisi tentang hal-hal yang perlu dilampirkan yang digunakan untuk memperjelas sebuah penelitian yang dilakukan.