

BAB I

PENDAHULUAN

Bab satu berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat dilakukannya penelitian ini.

1.1 Latar Belakang

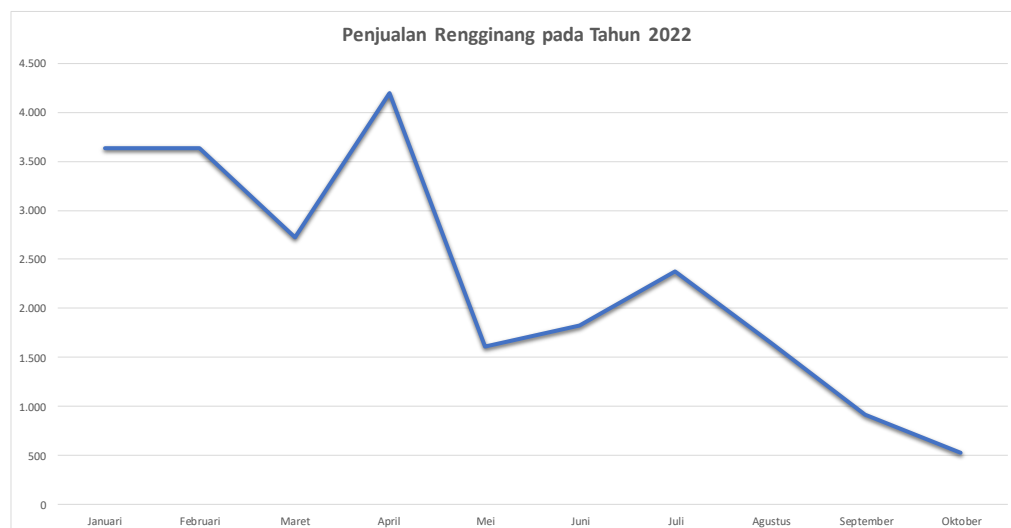
Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang sama yaitu usaha yang dijalankan tetap hidup dan berkembang. Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Usaha mempertahankan dan meningkatkan penjualan dapat dilakukan melalui usaha membina langganan serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini dapat tercapai apabila bagian penjualan perusahaan memiliki strategi yang baik untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada. Strategi penjualan pada dasarnya adalah rencana menyeluruh, terpadu serta menyatu dalam bidang penjualan dengan memberikan panduan kegiatan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan penjualan (Dewi, 2019).

UD. Praktis merupakan jenis usaha yang bergerak pada bidang olahan makanan mentah khususnya camilan rengginang dan juga UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang memproduksi rengginang dengan memiliki 2 varian rasa rengginang yaitu varian rengginang teri, rengginang kerang yang berlabel cap jempol. Pembuatan rengginang ini menggunakan tenaga manusia yang memproduksi di Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep. UD. Praktis memproduksi rengginang cap jempol sejak tahun 2003 dengan jumlah karyawan sebanyak 28 orang dengan proses produksi *make to stock*.

Rengginang merupakan sejenis kerupuk tebal yang dibuat dari nasi ketan yang dikeringkan dengan cara dijemur di bawah sinar matahari, setelah itu digoreng dengan minyak panas dalam jumlah yang banyak. Umumnya makanan rengginang terbuat dari nasi sisa, beras ketan, dan juga kerak nasi sisa menanak yang melekat pada dandang atau periuk nasi yang kemudian dikeringkan dan digoreng. Namun dengan seiring perkembangan jaman rengginang sudah banyak mengalami perubahan bahan baku, salah satunya rengginang yang memakai bahan baku ikan

seperti ikan teri dan ikan kerang yang mudah didapat dengan harga terjangkau (Fierarico, 2019). Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Kabupaten Sumenep merupakan salah satu cara agar produk kreatif daerah dapat dikenal dan memberikan peluang bisnis bagi pelaku usaha di daerah (Rohedi, 2016). Peran UMKM di Kabupaten Sumenep sangat penting guna meningkatkan pendapatan perkapita maupun meningkatkan perekonomian suatu daerah, sehingga UMKM disana dituntut mampu untuk ikut serta dalam mengembangkan perekonomian di Kabupaten Sumenep.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan pada UD. Praktis terdapat beberapa masalah. Permasalahan tersebut yaitu tingkat penjualan mengalami penurunan yang disebabkan karena adanya faktor *internal* dan eksternal. Faktor *internal* yang mempengaruhi yaitu SDM yang kurang profesional dalam menjalankan tugasnya yaitu melakukan proses produksinya, kemudian promosi yang dilakukan masih melalui komunikasi dari orang ke orang lain dan melalui pamflet yang ada di tempat tersebut. Adapun faktor eksternalnya yaitu banyaknya merk-merk rengginang yang ada di Sumenep. Adanya masalah tersebut maka perlu dilakukan strategi pengembangan penjualan yang tepat untuk menghadapi persaingan tersebut.



Gambar 1.1 Grafik penjualan rengginang 2022

Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa total penjualan rengginang UD. Praktis pada tahun 2022 mengalami penurunan. Penurunan penjualan tersebut disebabkan

karena banyaknya persaingan yang begitu ketat dan disebabkan juga karena permintaan konsumen yang berbeda-beda terhadap produk serta persaingan harga produk. Adapun pesaing dari UD. Praktis yang sama-sama memproduksi rengginang dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.1 Nama usaha pesaing rengginang UD. Praktis

No.	Nama Usaha	Varian Rasa	Harga Rengginang	Target Penjualan/Bulan
1.	UD 2 Putri	Rengginang ketan	20.000 - 45.000	3.500
		Rengginang Tei		
		Rengginang Udang		
2.	UD 3 Merpati	Rengginang Cumi	30.000 - 50.000	4.000
		Rengginang Teri		
		Rengginang Kerang		
3.	UD Al- Waris	Rengginang Ikan	20.000 - 45.000	2.500
		Rengginang Tengiri		
		Rengginang Kerang		

Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pesaing produk rengginang yang ada di Sumenep cukup banyak. UD Praktis hanya memiliki 2 varian rasa rengginang, sedangkan pada UD dua putrid dan UD tiga merpati memiliki 3 varian rasa rengginang, untuk itu UD Praktis perlu melakukan strategi-strategi dalam memasarkan produknya agar tetap bisa mempertahankan usaha produksi rengginang tersebut. Dalam penelitian ini dilakukan studi pendahuluan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada pemilik usaha UD Praktis.

Hal tersebut menunjukkan perlu adanya perancangan strategi untuk meningkatkan penjualan dan dapat menyaingi produk makanan yang mulai berkembang baik di lingkungan sekitar maupun diluar pada UD. Praktis. Berdasarkan permasalahan yang dialami UD. Praktis maka penelitian ini mengkaji suatu strategi menggunakan Metode SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Metode SWOT merupakan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dan merupakan cara untuk mengamati lingkungan penjualan eksternal dan *internal*. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh faktor *internal* dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam

analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari Strengths (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunities (peluang) dan threats (ancaman).

QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) merupakan suatu teknik untuk mengidentifikasi alternatif strategi yang sesuai atau terbaik menurut kondisi perusahaan. QSPM digunakan untuk mengevaluasi penerapan dan keberlanjutan pendekatan yang disarankan dan untuk mengevaluasi alternatif pilihan strategi yang dapat dilaksanakan secara objektif berdasarkan faktor *internal* dan eksternal yang diidentifikasi pada matriks IFE dan EFE sebelumnya. QSPM adalah tahap akhir dalam kerangka analisis strategi yang dilakukan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu digunakan untuk mendukung dan memperkuat teori yang sudah ada. Selain itu dapat digunakan sebagai pedoman atau pendukung dari kelancaran penelitian yang akan dilakukan. Penelitian menurut Amirudin (2020), yang berjudul Pendekatan metode SWOT dan QSPM pada strategi pemasaran produk petis udang dengan menggunakan metode strategi pemasaran, SWOT dan QSPM menunjukan hasil bahwa dari matrik IFE berada di posisi sedang dengan skor bobot sebesar 2,94, sedangkan matriks EFE.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana merancang strategi dalam meningkatkan penjualan rengginang UD. Praktis dengan menggunakan pendekatan metode SWOT-IE dan metode QSPM?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan faktor lingkungan *internal* dan eksternal yang mempengaruhi strategi penjualan rengginang di UD. Praktis.
2. Menetapkan strategi penjualan yang sesuai bagi UD. Praktis menggunakan pendekatan metode SWOT-IE dan matriks QSPM.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Dapat mengetahui dan mengembangkan ilmu pengetahuan dalam menyelesaikan permasalahan mengenai strategi perancangan dalam upaya meningkatkan penjualan rengginang UD. Praktis menggunakan metode SWOT-IE dan QSPM bagi peneliti.
2. Penelitian ini memberikan masukan dan informasi untuk pelaku Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) dalam perancangan strategi upaya meningkatkan penjualan rengginang UD. Praktis menggunakan metode SWOT-IE dan QSPM.
3. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan dalam menentukan strategi perancangan upaya meningkatkan penjualan rengginang UD. Praktis menggunakan metode SWOT-IE dan QSPM.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini ada beberapa batasan-batasan penelitian yang ditetapkan yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini data yang diambil berdasarkan data penjualan pada bulan Januari sampai Desember 2022.
2. Penelitian ini dilakukan tanpa menghitung biaya di UD. Praktis, penelitian ini hanya memberikan usulan tentang strategi-strategi penjualan UD. Praktis.

1.6 Asumsi-asumsi

Asumsi pada penelitian ini yaitu UD. Praktis memproduksi rengginang dalam kondisi normal serta tidak ada perhitungan biaya operasional yang diperhitungkan dalam penelitian ini.

1.7 Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan sistematika penulisan tugas akhir ini dengan uraian setiap bab yang berurutan untuk mempermudah pembahasannya. Sistematika penulisannya dibagi menjadi lima bab yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I pendahuluan merupakan awal dari penyusunan laporan tugas akhir. Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, asumsi, dan sistematika penulisan laporan akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II tinjauan pustaka merupakan bab yang berisi dan menjelaskan teori-teori dari berbagai sumber terpercaya dan dapat dipertanggung jawabkan. Teori-teori yang dituliskan adalah sebagai bahan referensi serta pendukung dalam penulisan laporan tugas akhir ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III metode penelitian berisi tentang metode-metode dalam penelitian yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV hasil dan pembahasan berisi tentang hasil pengolahan data dengan menggunakan metode-metode yang digunakan pada bab III sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V kesimpulan dan saran adalah bab terakhir dari sistematika penulisan laporan tugas akhir. Pada bagian ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari pengolahan data bab IV dan berisi saran sebagai pengembangan penelitian selanjutnya.