

BAB I

PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri halal di sektor makanan dan minuman, produk pakaian, media, dan rekreasi, bisnis travel, dan pariwisata, produk farmasi, kosmetik, dan islamic finance mengalami pertumbuhan. Salah satu faktor yang mengakibatkan terjadinya peningkatan pertumbuhan ekonomi Islam (halal) adalah peningkatan populasi muslim di dunia. Kondisi ini akan menjadi potensi besar bagi pelaku industri halal dunia, terutama bagi negara kita karena Indonesia memiliki penduduk dengan populasi Muslim mencapai 205,6 jiwa atau 88% penduduk Indonesia beragama Islam (LPPOM-MUI, 2008). Selain besarnya populasi muslim di Indonesia, tingginya permintaan dan daya beli produk halal. Sebagaimana Indonesia memiliki industri makanan sebagai andalannya (Indonesia, 2019). Kesadaran masyarakat terhadap benefit dari produk yang berlabel halal, dan gencarnya edukasi pentingnya memilih dan menggunakan produk halal terhadap konsumen muslim serta adanya UU Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang juga berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan industri pangan halal di Indonesia (Standard, 2020). Inilah yang menjadi daya tarik dan juga potensi bisnis bagi pengusaha bisnis makanan untuk membuka usahanya. Industri makanan di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat .

Makanan halal di Indonesia dikaji oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). Lembaga ini mengeluarkan sertifikasi halal apabila suatu produk dapat dikatakan halal. Pertimbangan pemberian sertifikasi halal tidak hanya melihat pada bahan pembentuk produk saja. Pertimbangan lain dari LPPOM MUI adalah mempertimbangkan kebijakan perusahaan terhadap produk halal, fasilitas produksi, produsen harus memasok bahan baku sesuai prinsip halal, dan lain-lain (MUI, 2014).

Makanan dapat dikatakan halal apabila telah memenuhi syarat tertentu beberapa syarat makanan dikatakan halal adalah pembuatan tidak terkontaminasi makanan haram, tidak

mengandung babi, bukan hewan amfibi, dan lain-lain (LPPOM-MUI, 2008). Suatu makanan dikatakan halal jika berdasarkan sifat dan bagaimana cara memperolehnya. Menentukan kehalalan bukan hanya dalam pengonsumsian terhadap makanan dan minuman saja, namun produk kesehatan dan kosmetik juga. Menganalisis kehalalan memiliki kompleksitas sendiri, mulai dari proses awal pembuatan, bahan yang digunakan dalam pembuatan hingga akhir produk, setelah itu baru diresmikan sebagai produk halal atau haram (Pujiati, 2011)

Salah satu usaha yang memiliki persaingan yang ketat saat ini adalah bisnis dibidang roti. Saat ini, di Kabupaten Bangkalan sering kita jumpai toko toko roti yang menawarkan berbagai jenis roti. Roti merupakan makanan yang terbuat dari bahan baku tepung terigu dengan beberapa tambahan bahan lainnya kemudian di fermentasi menggunakan ragi roti dan dilanjutkan dengan proses pemanggangan. Roti memiliki kandungan karbohidrat sebagai pengganti nasi namun memiliki tingkat kalori yang berbeda. Kehidupan masyarakat perkotaan yang cenderung sibuk dan aktif, sehingga membutuhkan makanan yang praktis dan cepat saji. Saat ini, roti tidak hanya dijadikan sebagai pengganti sarapan, namun juga sebagai makanan cemilan untuk beraktivitas sehari hari. Hal ini membuat peningkatan konsumsi roti di Bangkalan mengalami perkembangan terus menerus secara meningkat. Namun terjadi penurunan konsumsi roti 2 tahun belakangan ini dikarenakan pandemi, banyak toko roti mengalami penurunan penjualan setiap bulannya.

Tabel 1.1 Toko roti yang ada di Kota Bangkalan

No	Toko roti
1	Anita Family Bakery
2	Anna Bakery Bangkalan
3	Holand Bakery
4	Istana Roti Karomah
5	Kampoeng Roti
6	Kraton Bakery
7	Nadia Bakery
8	New Candy
9	Primanis Bakery
10	R.A.M Bakery

Kampoeng Roti adalah salah satu toko roti terkemuka yang ada di Bangkalan. Perusahaan ini menawarkan berbagai macam variasi roti yang menarik untuk para konsumen, yaitu Roti basah manis dengan topping coklat dan keju, roti tawar, cake, donat. Produk-produk inipun akan sangat mudah ditemukan oleh konsumen di setiap outlet yang tersebar di Indonesia. Kampoeng roti mengalami hal yang sama yaitu mengalami penurunan penjualan roti. Kampoeng roti biasa menerima permintaan barang dalam jumlah besar untuk acara pernikahan, pengajian, dan lain sebagainya. Namun karena pandemi pemerintah melarang berkerumun dimana pernikahan tidak diadakan secara besar, pengajian dengan jumlah tamu terbatas.

Persaingan bisnis kuliner dengan memperhatikan faktor yang dapat memberi pengaruh baik dalam peningkatan penjualan. Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki penduduk bermayoritas muslim (Rambe, Y. M., & Afifuddin, 2012). Konsumen makanan halal pada umumnya dari populasi muslim sekarang lebih sadar dan teredukasi dalam membeli makanan konsumsi sehari-hari. Hal ini tentu saja menjadi peluang bisnis kuliner untuk menciptakan produk halal. Mereka tidak hanya fokus mengenai komposisi makanan apakah halal atau tidak, tapi juga ingin mengetahui tentang semua aktivitas yang terlibat apakah produk yang mereka beli benar-benar melalui proses yang halal (Che Man, 2007). Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan jaminan halal dari toko roti dengan pencantuman komposisi bahan halal, proses produksi halal dan penyimpanan halal serta proses lainnya untuk meminimalisir terjadinya proses produksi yang tidak halal.

Adapun penelitian ini guna meningkatkan penjualan roti dengan mengusulkan manajemen strategi yang dianalisis menggunakan *Marketing Mix 4p* dan Analisis SWOT dan QSPM.

Marketing Mix 4P merupakan variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, yang terdiri dari Produk (*Product*), Harga (*Price*), Distribusi (*Place*), Promosi (*Promotion*) berdasarkan konsep halal. Keempat strategi tersebut saling mempengaruhi, sehingga semuanya penting sebagai satu kesatuan strategi, yaitu strategi bauran pemasaran yang berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsur-unsur atau variabel-variabel pemasaran berdasarkan konsep halal yang dapat dikendalikan pimpinan perusahaan, untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran (Anggraini & Nursanti, 2021). Analisis SWOT (*Strenghts*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Thearts*) merupakan alat yang dapat membantu untuk mengembangkan 4 strategi yaitu SO (Kekuatan-Peluang) kekuatan perusahaan dapat dimanfaatkan untuk peluang keberhasilan usaha, WO (Kelemahan-Peluang) memperbaiki kelemahan perusahaan dengan memanfaatkan peluang, ST (Kekuatan-Ancaman) kekuatan perusahaan untuk menghindari dan mengurangi ancaman yang ada, dan WT (Kelemahan-Ancaman) strategi untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman. Berdasarkan analisis SWOT (*Strenghts*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Thearts*) dapat berpengaruh pada perusahaan yang memungkinkan perusahaan dapat memilih strategi-strategi terbaik yang paling efektif dan memanfaatkan peluang yang ada (Wawolumaya, 2015). Setelah mendapat hasil dari metode *marketing mix 4P* dilanjutkan ke metode SWOT yang hasilnya adalah faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman). Hasil strategi dari matriks SWOT dijabarkan kembali dengan metode QSPM untuk mengetahui nilai TAS dari setiap strategi kemudian diperoleh peringkat tertinggi dari strategi mana yang akan didahulukan terlebih dahulu.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor faktor yang diperoleh dari bauran pemasaran (*marketing mix*) berkonsep halal?
2. Apa saja kelemahan, kekuatan pada perusahaan dan ancaman serta peluang yang akan di hadapi perusahaan ?
3. Apa saja gambaran strategi yang dapat diterapkan perusahaan ?
4. Strategi apa saja yang akan diterapkan dahulu sesuai peringkat ?

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian dilakukan pada strategi pemasaran produk.
2. Tidak memperhatikan perhitungan biaya dalam produksi.
3. Data yang dianalisis hanya jumlah penjualan pada bulan Januari sampai Mei 2022

1.4 Tujuan Penelitian

1. Merumuskan faktor-faktor dari *Marketing Mix* 4P berkonsep halal.
2. Mengidentifikasi kelemahan, kekuatan, ancaman, dan peluang berdasarkan analisis SWOT.
3. Menganalisis perbaikan yang dilakukan berdasarkan analisis SWOT.
4. Menentukan strategi yang cocok untuk diterapkan di Kampoeng Roti.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan, memberikan masukan agar perusahaan dapat mengembangkan kebutuhan konsumen berdasarkan halal konsep sebagai strategi pemasaran yang baik dengan lebih mudah.
2. Menjadi pengalaman yang sangat berharga bagi peneliti untuk meningkatkan pengetahuan yang diperoleh selama melakukan penelitian. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bacaan untuk menambah pengetahuan para pembaca dan dapat digunakan sebagai acuan penelitian berikutnya.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika yang digunakan dalam penulisan tugas akhir sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu pendahuluan memuat latar belakang permasalahan, rumusan masalah, hipotesis, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua tinjauan pustaka merupakan uraian mengenai landasan teori yang mendukung pendekatan pemecahan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab tiga metodologi penelitian memuat tempat dan waktu, bahan dan alat, variabel, cara kerja, pengumpulan data, dan cara analisis data.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab empat pengumpulan dan pengolahan data memuat hasil penelitian, penerapan metode serta analisa terhadap data yang telah diperoleh.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima kesimpulan dan saran, kesimpulan memuat pernyataan singkat mengenai hasil penelitian dan analisis data yang relevan dengan permasalahan yang bersifat kualitatif atau kuantitatif. Saran memuat ulasan mengenai pendapat peneliti tentang kemungkinan hasil penelitian lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN