

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Kemajuan ekonomi juga berdampak pada dunia industri. Baik industri dalam bidang barang maupun industri bidang jasa. Hal ini menyebabkan persaingan dalam dunia industri bisnis semakin lama semakin ketat. Salah satunya adalah terjadi pada industri makanan. Industri makanan merupakan suatu bentuk usaha yang cukup baik di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan makanan merupakan salah satu kebutuhan primer yang harus terpenuhi. Jumlah penduduk Indonesia sangatlah besar. Bisa dipastikan bahwa semua produk konsumsi yang tahan lama memiliki pangsa pasar yang sangat besar. Keberadaan usaha kecil dan kegiatan pemasarannya mampu menciptakan masyarakat yang memiliki sumber penghasilan mandiri dan tidak bergantung pada pihak manapun untuk memenuhi kebutuhannya. Selain itu usaha mikro kecil selama ini juga banyak membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan, terutama bagi masyarakat yang berpendidikan rendah.

Strategi adalah alat untuk mencapai suatu keunggulan bersaing. Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang hendak dicapai. Selain itu, strategi mempengaruhi perkembangan jangka panjang perusahaan, biasanya untuk lima tahun kedepan, dan karenanya berorientasi ke masa yang akan datang.

Strategi pemasaran yang efektif, salah satunya dapat dilihat dari kestabilan tingkat penjualan atau lebih baik dapat meningkat dari tahun ke tahunnya sesuai dengan kuantitas atau kualitas produk yang mampu diproduksi oleh suatu usaha atau bisnis itu sendiri. Maka dari itu dibutuhkan usaha dalam membuat atau merancang suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada dan berusaha mengurangi dampak ancaman yang ada di lingkungan internal maupun lingkungan eksternal serta mampu melihat sebuah peluang menjadi suatu kesempatan.

Strategi pemasaran merupakan ujung tombak dalam memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Apabila sebuah segmentasi pasar, sasaran konsumen, dan posisi pasar tidak sesuai dengan strategi pemasaran, maka tidak akan berjalan dikarenakan strategi

pemasaran yang tidak sesuai dengan strategi pemasaran yang telah di rencanakan. Selain itu, strategi pemasaran digunakan untuk menghadapi persaingan usaha yang sudah ada dan persaingan usaha yang baru akan merintis usaha yang sama. yang bertujuan untuk memimpin pasar dan memperoleh keuntungan. Hal itu dapat dilakukan dengan cara menganalisis terhadap lingkungan.

Pengukuran penjualan dapat digunakan sebagai sarana pelaku bisnis untuk dapat menganalisis dan mendorong efisiensi. Maka pengaruh tingkat penjualan akan berdampak besar bagi suatu usaha. Penjualan menjadi ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Untuk meningkatkan penjualan pengusaha harus bisa meyakinkan pembeli bahwa produk yang dijual memang patut untuk dibeli.

Agar perusahaan teteap mampu bersaing, Seorang wirausaha selalu dituntut untuk meningkatkan kemampuannya baik dari segi *softskill* maupun kemampuan *hardskill* dalam mengelola usahanya dengan baik, agar konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada produk perusahaan lain. Sehingga usahanya dapat bertahan dan terus berkembang. Untuk mecapai laba atau profit yang diinginkan oleh suatu bisnis atau usaha salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mengelola strategi pemasaran dengan baik. Dilihat dari pengamatan yang dilakukan bahwa produk belum mampu bersaing dan dari sisi promosi belum optimal, dan tingkat penjualan dari tahun ke tahun mengalami penurunan.

Kerupuk merupakan makanan ringan yang sangat digemari masyarakat. Bagi kebanyakan masyarakat Indonesia, makan terasa kurang nikmat bila tanpa kerupuk. Itulah alasan kenapa kerupuk menjadi salah satu makanan ringan paling populer di negeri ini. Kerupuk tidak hanya ditemui di dalam kota saja, melainkan juga dapat ditemui di daerah luar kota, kerupuk biasa di jumpai di warung, toko maupun pasar di sekitar kita. Dengan mempertahankan kualitas produk kerupuk dapat mempengaruhi bertambahnya konsumen. Kualitas produk yang dimaksud seperti menjaga kualitas rasa, kebersihan dan menjaga ukuran agar tidak berubah. Dengan begitu konsumen akan tetap setia dan loyal untuk selalu mengkonsumsi kerupuk.

Pabrik A'ang kerupuk menjadi pabrik *home industry* yang berada di Desa Telajung. Yang sebagian besar buruhnya adalah masih keluarga dan masyarakat sekitar. Pabrik A'ang kerupuk didirikan pada tahun 2008 oleh seorang pengusaha yang bernama ibu Imas, ibu Imas menjelaskan bahwa awal berdirinya pabrik A'ang kerupuk ini berlokasi

di Jati Asih. Dengan membangun sebuah pabrik kecil sampai akhir di tahun 2014 pabrik tersebut mengalami masalah sehingga mengakibatkan kebangkrutan. Tetapi itu tidak membuat ibu imas berputus asa. Akhirnya beliau berpindah ke Desa Telajung dan merintis kembali usahanya dengan memanfaatkan lahan yang ada dengan membangun sebuah pabrik kecil yang bertujuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan memberdayakan masyarakat sekitar untuk membantu perekonomian masyarakat dilingkungan pabrik. Pemasaran atau penjualan kerupuk A'ang lebih ditekankan pada kerupuk matang dan siap konsumsi. Kerupuk A'ang ini tidak menjual dan tidak memasarkan kerupuk mentah. Pemasaran kerupuk A'ang ini sudah tersebar di warung, toko maupun pasar yang ada di kota Bekasi hingga Jakarta. Adapun sarana produksi yang ada di pabrik A'ang kerupuk antara lain 1 mesin oven kerupuk , 2 tungku penggorengan, 1 ruang penyimpanan kerupuk, 1 ruang tempat pengemasan dan 4 pcs tabung gas.

Hampir setiap hari pabrik A'ang kerupuk melakukan proses penggorengan kerupuk. A'ang kerupuk memiliki beberapa jenis kerupuk atau produk yang ditawarkan kepada konsumen antara lain kerupuk makaroni, kerupuk bawang, kerupuk dadu, kerupuk belimbing, dan kerupuk pilus. Sasaran konsumen adalah warung-warung, toko, agen dan rumah makan yang ada di sekitar Bekasi dan sekitar Jakarta. Produk ini dipasarkan dengan menggunakan kendaraan bermotor dengan cara menitipkan produk ke warung, toko, agen dan rumah makan.

**Tabel 1.1 Jenis-Jenis Kerupuk A'ang**

No	Jenis Kerupuk
1	Kerupuk Makaroni
2	Kerupuk Bawang
3	Kerupuk Dadu
4	Kerupuk Blimbing
5	Kerupuk Pilus

Sumber: Pabrik A'ang Kerupuk

Dari sisi produk kerupuk masih termasuk dalam golongan rendah belum dapat bersaing. Semakin banyak usaha yang menggeluti usaha yang sama menyebabkan semakin ketatnya persaingan yang membuat suatu usaha atau bisnis dituntut untuk terus

meningkatkan daya saing, meningkatkan kualitas produk, dan selalu berinovasi agar tetap mampu bertahan menghadapi persaingan.

**Tabel 1.2 Daftar Pesaing Terdekat A'ang Kerupuk**

No	Nama Pesaing
1	Widya Kerupuk
2	Idong Kerupuk
3	Kerupuk Tanjung Sari
4	Kerupuk Idaman
5	Kerupuk Sumber Usaha
6	Kerupuk Cap Jempol Mas

Sumber: Pabrik A'ang Kerupuk

Maka dari itu, Penyesuaian usaha atau bisnis dalam menghadapi perkembangan keadaan adalah hal yang sudah pasti perlu dihadapi dalam persaingan tersebut. Pelaku usaha atau wirausaha memerlukan dan membutuhkan suatu strategi yang baik dan tepat , sehingga pelaku usaha atau wirausaha dapat mengantisipasi atau berjaga-jaga dampak dari suatu kejadian dan mampu untuk terus bersaing. Kemampuan bersaing dapat dilakukan dengan cara menerapkan strategi pemasaran yang baik dan tepat.

**Tabel 1.3 Data Penjualan A'ang Kerupuk**

No	Tahun	Jumlah Penjualan Kerupuk (Pcs)
1	2018	768000
2	2019	672000
3	2020	288000
4	2021	384000
5	2022	288000

Sumber: Pabrik A'ang Kerupuk

Dilihat dari segi penjualan yang dilakukan pabrik A'ang kerupuk mengalami penurunan disetiap penjualannya. Penurunan penjualan terjadi pada tahun 2019 hingga tahun 2022. Pada tahun 2018 pabrik A'ang kerupuk melakukan penjualan sebanyak 768.000 pcs. Pada tahun 2019 penjualan pabrik A'ang kerupuk mengalami penurunan yakni 672.000 pcs. Penurunan penjualan juga terjadi pada tahun 2020 pabrik A'ang kerupuk hanya menjual 288.000 pcs dalam setahun. Pada tahun 2021 pabrik A'ang kerupuk mengalami sedikit kenaikan penjualan tetapi tidak terlalu signifikan hanya 384.000 pcs tetapi hal ini ada sedikit peningkatan dari tahun sebelumnya. Pabrik A'ang kerupuk mengalami penurunan penjualan kembali pada tahun 2022 pabrik A'ang kerupuk hanya menjual 288.000 pcs. Hal tersebut bisa terjadi karena beberapa faktor. Seperti modal, tenaga kerja, produk kerupuk yang masih termasuk dalam golongan rendah dan belum dapat bersaing, belum optimalnya promosi yang dilakukan oleh pabrik A'ang kerupuk terhadap produk yang dimiliki. Dan banyaknya pesaing yang ada dilingkungan sekitar.

Dalam menentukan tempat usaha, pengusaha dituntut untuk dapat melakukan analisis yang menguntungkan kegiatan usahanya. Analisis SWOT dapat membantu usaha kerupuk ini untuk dapat menganalisis bagaimana strategi bisnisnya harus dijalankan. Agar terus dapat berjalan dan berkembang. Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*weakness*) suatu usaha atau bisnis dan melihat peluang-peluang (*opportunities*) serta ancaman-ancaman (*threats*) yang ada dilingkungan *internal* maupun lingkungan *eksternal*.

Salah satu bentuk dari strategi bisnis yaitu dengan adanya suatu cara pengusaha dalam menyakinkan konsumen atau pelanggan untuk membeli dan memesan terhadap produk yang ditawarkan. Untuk meyakinkan pembeli, maka penjual harus memiliki keyakinan bahwa produk yang dijual memang patut untuk dibeli. Oleh karena itu pengusaha harus memperhatikan strategi bauran pemasaran dengan memperhatikan 4P yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), dan *promotion* (promosi).

Dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai

**“ Analisis Strategi Bersaing Untuk Meningkatkan Penjualan Pada *Home Industry* A'ang Kerupuk ”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Beberapa permasalahan yang muncul dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut :

1. Masih rendahnya kualitas produk kerupuk pada pabrik A'ang kerupuk.
2. Belum optimalnya promosi yang dilakukan oleh pabrik A'ang kerupuk.
3. Banyaknya pesaing A'ang kerupuk yang ada di lingkungan sekitar seperti Widya kerupuk dan Idong kerupuk.
4. Penjualan pabrik A'ang kerupuk mengalami penurunan setiaptahunnya.

## **1.3 Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis akan membatasi masalah guna untuk menghindari adanya penyimpangan ataupun pelebaran pokok permasalahan. Agar penelitian ini lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan. Sehingga tujuan penelitian dapat tercapai dan selesai. Penelitian ini di fokuskan pada identifikasi faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal dari pabrik A'ang kerupuk. Agar dapat menganalisis strategi bersaing untuk meningkatkan penjualan yang tepat untuk diterapkan di pabrik A'ang kerupuk.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apa saja kekuatan dan kelemahan yang ada di pabrik A'ang kerupuk ?
2. Apa saja peluang dan ancaman yang ada di lingkungan internal dan eksternal pabrik A'ang kerupuk ?
3. Bagaimana strategi bersaing yang tepat dan disarankan untuk diterapkan di pabrik A'ang kerupuk ?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Apa saja kekuatan dan kelemahan yang ada di pabrik A'ang kerupuk.
2. Untuk mengetahui Apa saja peluang dan ancaman yang ada di lingkungan internal dan eksternal pabrik A'ang kerupuk.
3. Untuk mengetahui strategi bersaing pemasaran yang tepat dan disarankan untuk diterapkan dalam meningkatkan penjualan pada pabrik A'ang kerupuk.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan juga memperoleh manfaat bagi semua pihak di antaranya yaitu :

1. Bagi pabrik A'ang kerupuk.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi home industri A'ang kerupuk dalam meningkatkan penjualan melalui strategi bersaing.

2. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini dapat menambah kepustakaan STIE GICI dan diharapkan bisa menjadi referensi pemikiran bagi ilmu ekonomi pada umumnya dan khususnya dalam menyusun strategi bersaing . Serta pada peneliti seterusnya tentang strategi bersaing.

3. Bagi peneliti selanjutnya.

Hasil dari penelitian ini pantas dijadikan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut dalam penelitian sejenis. Penelitian ini berisi informasi tentang strategi bersaing untuk meningkatkan penjualan pada pabrik A'ang kerupuk.

4. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dalam memperkaya pengetahuan, pengalaman terhadap strategi bersaing untuk meningkatkan penjualan pabrik A'ang kerupuk.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori teori pendukung yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku dan jurnal yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

### **BAB III          METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tempat, dan waktu penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, batasan oprasional penelitia, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV          HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

### **BAB V           SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisikan masukan untuk pihak obyek penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisikan tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.