

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Di zaman globalisasi sekarang, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki perannya yang penting bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Kontribusi yang dihasilkan UMKM menurunkan beban tanggung jawab pemerintahan yang merupakan agen dalam menyediakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat. Berkembangnya UMKM memiliki maknanya untuk upaya meningkatkan perekonomian dan upaya penekanan persentase kemiskinan pada bangsa. Kunci dari UMKM yang bisa memiliki pertahanan serta persaingannya yang kuat saat UMKM itu bisa mengimplementasikan kelola manajemennya dengan benar. Kesuksesan UMKM bisa diamati melelaui kebijakannya yang sesuai terhadap tahapan menentukan produk, harga, promosinya sertal penyaluran pendistribusian yang efisien (Wibowo, Arifin dan sunarti, 2015).

Salah satu UMKM yang terdapat di Mojokerto yaitu UMKM Pentol Mbois Ilakes yang bergerak di bidang produksi pentol, di rintis oleh Bapak Effendi Nugroho pada tanggal 18 Januari tahun 2018 yang terletak di jalan Surodinawan, Kecamatan Prajurit Kulon, Mojokerto. Kedai ini buka setiap hari Selasa-Minggu untuk hari Senin libur dan mulai buka dari pukul 10.00-20.00 WIB. Dikedai ini menjual berbagai varian rasa dari level 0-10 dan juga bisa memilih topping, seperti keju. Banyaknya usaha pentol yang ada saat ini, membuat Pak Effendi harus bisa mempertahankan usaha bisnisnya dalam menghadapi pesaing.

Namun pada 2 tahun kebelakang, penjualan pada Pentol Mbois Ilakes mengalami penurunan, selain dari adanya pesaing sejenis dari aturan pemerintah yang memberlakukan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) membuat terhambatnya penjualan Pentol Mbois Ilakes yang

biasanya dengan melaksanakan penjualan secara langsung (*dine in*) pada konsumen, tetapi dengan adanya pandemi *covid-19* yang mengharuskan pembatasan adanya keramaian dengan cara *take away*. Pandemi COVID-19 merupakan fenomena menyebarnya Virus Korona (*Corona Virus Diseases* atau biasa disingkat COVID-19) di seluruh dunia. Virus ini pertama kali diidentifikasi berada di Negara Tiongkok, yaitu di kota Wuhan pada Bulan Desember 2020 dan pada bulan Maret 2021, WHO selaku badan kesehatan Dunia yang menangani kesehatan, menetapkan bahwa Virus COVID-19 sebagai Pandemi. Pentol Mbois mengalami penurunan penjualan cukup besar 40%-50%, meskipun begitu Pentol Mbois Ilakes tetap menjadi camilan pilihan bagi pelanggannya. Pentol Mbois Ilakes terus melakukan inovasi secara berkelanjutan agar konsumen maupun pelanggan tetap suka di saat pandemi.

Namun demikian, perusahaan harus bisa mempertahankan kualitas yang dimiliki dengan memanfaatkan kesempatan dalam bisnis dengan tujuan meningkatkan keunggulan bersaing salah satunya di bidang kuliner. Supaya mampu menghadapi persaingannya untuk berbisnis sehingga ketika melakukan pemasaran barangnya tidak diamati hanya dari kualitasnya saja namun memiliki ketergantungan terhadap strateginya yang dipakai industri yakni strategi pemasaran. Strategi dalam memasarkan adalah komponen penting untuk tahapan dalam memasarkan produknya. Strategi bermakna yakni tekni, takti, cara yang dipakai individu agar tujuannya yang telah ditentukan Setiap perusahaan atau produsen tak lepas pada kegiatan yang bernama pemasaran. Kebanyakan dari kita menyebut pemasaran adalah proses penjualan, pembelian, transaksi atau perdagangan. Pemasaran sering dimaknai mendistribusikan yang mencakup aktivitas dalam memosisikan barang yang berbentuk ke tangan pelanggan rumah tangga serta pengguna industrinya.

Pendapat oleh Thamrin Abdullah dan Francis Tantri dalam Hadion Wijoyo dkk (2020: 114) pemasaran yaitu suatu kegiatan yang sistematis dan teratur yang dimulai dari menyelidiki dan mengetahui keinginan konsumen yang belum terpenuhi, yang dilanjutkan perencanaan serta pengembangan barang yang bisa terpenuhi ekspektasi penggunaannya itu lalu menentukan harga, mempromosikan serta mendistribusikan pada konsumen. Adanya pesaing sejenis Pentol Mbois memerlukan strategi dalam melakukan persaingan pada aspek marketing yang bertujuan supaya usahanya bisa memberi peningkatan penjualan dan daya saing serta pengembangan usaha dapat tercapai secara optimal.

Dalam kondisinya itu, individu yang berperan dalam mengelola usahanya memiliki tuntutan supaya bisa menggunakan situasi lingkungannya secara menerapkan analisis lingkungan yang biasa dikenal dengan sebutan analisis SWOT. Analisis SWOT berarti metode dalam menilai bisnis usahanya tertentu dalam menentukan strategi usahanya yang sesuai untuk diterapkan pada masa datang agar mampu bersaing. Analisis SWOT kemudian bisa memberikan beragam cadangan strateginya dalam mengambil pilihan yang harus kita pilih yang baik untuk dijalankan. Analisis SWOT faktor internal Kedai Pentol Mbois Ilakes meliputi *strengths* (kekuatan) harga produk yang terjangkau, untuk biaya ongkos kirim jarak jauh-dekat 5.000, tempatnya nyaman, pelayanannya ramah, dan rasa makanan tidak berubah. *Weakness* (kelemahan) untuk layanan delivery order untuk kurir yang disediakan dari kedai pentol mbois ilakes proses pengiriman lama. *Opportunities* (peluang) adanya Go-food, Grab, Gojek dalam memberi kemudahan untuk bertransaksi, pada variasi rasanya tidak ada yang sama. *Threats* (ancaman) adanya banyak pesaing sejenis.

Analisis SWOT adalah singkatannya dari empat kata yakni *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, serta *threats*. Analisis SWOT melakukan identifikasi beragam penyebab dengan sistematis dalam menentukan rumus strategi

industri, analisisnya ini berdasarkan atas logikanya yang mampu mengoptimalkan kekuatannya serta peluangnya, tapi dengan bersama-sama bisa menyebabkan kelemahannya serta ancamannya. Melalui strategi marketing yang sesuai serta penerapan analisis SWOT-nya dengan harap bisa memberi peningkatan pada daya bersaing Kedai Pentol Mbois Ilakes terhadap perkembangan zamannya yang makin pesat serta daya saing dalam berbisnis yang makin ketat saat ini. Salah satu pesaing sejenis Pentol Mbois Ilakes yaitu pentol kerikil kuah pedas yang terletak di Jalan Surodinawan, Mergelo, Kecamatan Prajurit Kulon, Mojokerto. Pentol Kerikil Kuah pedas ini sudah membuka 2 cabang, meskipun pentol mbois ilakes belum membuka cabangnya lagi ia mampu menguasai pangsa pasar dengan gencar melakukan promosi penjualan di sosmed. Dan Peneliti tertarik melakukan penelitian di Umkm Pentol Mbois Ilakes di situasi pandemi karena Pentol Mbois Ilakes dapat bertahan dan berkembang pada saat itu, selain itu Pentol Mbois Ilakes selalu memberikan pelayanan terbaik seperti pembiayaan ongkos kirim hanya 5.000 untuk seluruh pelanggan yang rumahnya jauh dari lokasi Pentol Mbois Ilakes untuk tetap bisa menikmati produknya. Disatu sisi, banyak Umkm yang saat itu terancam koleb sehingga banyak yang bangkrut. Dalam situasi pandemi ini Pentol Mbois Ilakes mampu bertahan dan berkembang dalam usahanya. Mengacu terhadap latar belakangnya itu, sehingga peneliti memiliki daya tariknya dalam melaksanakan penelitiannya yang berjudul **“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pentol Mbois Ilakes Dengan Analisis SWOT”**.

B. Fokus Penelitian

Pada fokus penelitiannya, peneliti memberikan batasa-batasan permasalahan yang akan dikaji. Pembatasan permasalahan ini juga dilakukan untuk menghindari meluasnya masalah yang akan dibahas yang nantinya akan mengakibatkan pembahasannya tidak stabil terhadap perumusan

permasalahannya tersebut. Pada penelitiannya berikut, peneliti melakukan analisa strategi pemasaran yang diterapkan pada Pentol Mbois Ilakes menggunakan analisis SWOT guna menemukan cadangan strateginya yang bisa diimplementasikan terhadap perusahaan untuk meningkatkan daya saing.

C. Rumusan Masalah

Mengacu terhadap latar belakang tersebut, sehingga perumsan masalahnya yang akan dilakukan pengkajian, yakni :

1. Bagaimana faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki UMKM Pentol Mbois Ilakes ?
2. Bagaimana faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman yang dimiliki UMKM Pentol Mbois Ilakes?
3. Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing Pentol Mbois Ilakes dengan menggunakan analisis SWOT?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami faktor yang berasal dari dalam (internal) yakni kekuatannya serta kelemahannya yang dipunyai UMKM Pentol Mbois Ilakes
2. Untuk memahami faktor yang berasal dari luar (eksternal) yakni peluangnya serta ancamannya yang dipunyai UMKM Pentol Mbois Ilakes
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran guna memberi peningkatan daya bersaingnya Pentol Mbois Ilakes melalui penggunaan analisis SWOT.

E. Manfaat Penelitian :

1. Bagi Mahasiswa :
 - a. Menambah keterampilan untuk mengimplementasikan ilmunya dalam pemecahan permasalahannya dengan nyata di dunia industri.

- b. Menambah pengetahuan, pengalaman penelitian dan mengimplementasikan teorinya yang diperoleh di bangku perkuliahan ke dalam kenyataan yang ada di lapangan.

2. Bagi Perusahaan :

Penelitiannya bisa memiliki kegunaan bagi industri untuk dijadikan bahan pertimbangan khususnya bagi pemilik perusahaan untuk pengembangan dan meningkatkan usahanya.

3. Bagi Fakultas Ekonomi :

Penelitiannya bisa memiliki kegunaan yang bisa memberi sumbangsih yang baik guna perkembangan ilmu pengetahuannya dan refrensi bagi pembaca untuk melakukan penelitian di bidang manajemen pemasaran atau *marketing*.