

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada zaman yang sudah maju saat ini, toko kue sangat di gemari oleh banyak masyarakat karena di anggap praktis dan ekonomis, sehingga masyarakat tidak perlu untuk repot-repot membuat kue sendiri. Di zaman modern saat ini kue tidak hanya di berikan untuk orang yang sedang ber ulang tahun saja, tetapi kue juga dapat menjadi hadiah untuk orang yang sedang tunangan, wisuda, pernikahan dan masih banyak lainnya. Oleh karena itu sekarang banyak orang yang membuka toko kue sendiri karena kebutuhan konsumen terhadap kue yang semakin meningkat. Toko kue saat ini sudah banyak di jumpai di manapun baik itu di daerah kota sampai ke desa, sehingga tidak heran mereka yang mempunyai usaha toko kue saling bersaing.

Toko kue Dhila Pashtry an Cake yang berada di Desa Kesamben Kulon, Kecamatan Wringinanom, Kabupaten Gresik, toko kue ini merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang memproduksi kue tart dan kue lainnya. Toko kue tersebut di rintis oleh Ibu Ummi Fadhilatul Ummah sejak tahun 2017 sampai naik daun seperti saat ini dan mempunyai toko cabang yang berada di Desa Wringinanom, Kecamatan Wringinanom, Kabupaten Gresik

Belakangan ini, pertumbuhan perekonomian global cukup anjlok karena ada penurunan yang diakibatkan oleh virus Covid-19. Virus ini awal kali ditemukan di wilayah Wuhan, yang merupakan salah satu daerah yang ada di China lalu dengan cepat menyebar ke hampir seluruh bagian dunia. Virus ini telah mengalami perkembangan pada 4 bulan dengan begitu cepat dari satu negara ke negara

lainnya, dan WHO akhirnya menetapkan bahwa COVID-19 merupakan pandemi global. Corona virus pada manusia bisa mengakibatkan gangguan ringan di saluran pernapasannya, tapi di dua dekad terakhir, dua virus corona ditularkan melalui hewan, SARS-CoV dan MERS-Cov yang mengakibatkan pneumonia akut serta banyak kejadian kematiannya. Di Desember 2019, pandemi ini sudah menyebarkan virusnya dengan global serta berakibat setidaknya 772.296 kasus kematian pada dunia tercatat di tanggal 18 Agustus 2020, di ambil dari data coronavirus.jhu.edu. Pemerintah berupaya untuk menekan pertumbuhan virus ini yaitu diberlakukannya kebijakan yakni PSBB maupun social distancing.

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 di tentukan 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 Dhila Pashtry And Cake memerlukan strategi dalam melakukan persaingan pada aspek marketing yang bertujuan supaya usahanya bisa memberi peningkatan penjualan dan omset pengembangan usaha dapat tercapai secara optimal.

Sebagian dari UMKM di Indonesia merasakan dampak dari pandemic ini, salah satunya adalah Toko Kue Dhila Pastry and Cake. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko Kue Dhila Pastry and Cake, sejak diberlakukannya PSBB omset penjualan mengalami penurunan. Bisa di lihat pada tabel penjualan berikut ini:

Tabel 1.2

**Tabel 1. 1 Data Penjualan pada Dhila Pashtry and Cake
Periode Maret 2020 – Maret 2021**

Bulan	Omset
Januari 2020	Rp. 70.0000.000,-
Februari 2020	Rp. 70.0000.000,-
Maret 2020	Rp. 60.0000.000,-
April 2020	Rp. 60.0000.000,-
Mei 2020	Rp. 50.0000.000,-
Juni 2020	Rp. 55.0000.000,-
Juli 2020	Rp. 70.0000.000,-
Agustus 2020	Rp. 70.0000.000,-
Septmber 2020	Rp. 65.0000.000,-

Oktober 2020	Rp. 65.0000.000,-
November 2020	Rp. 70.0000.000,-
Desember 2021	Rp. 65.0000.000,-
Januari 2020	Rp. 70.0000.000,-
Februari 2021	Rp. 70.0000.000,-
Maret 2021	Rp. 70.0000.000,-

Sumber : Data Penjualan Pada Dhila Pashtry And Cake

Mengacu pada data tersebut, bisa diamati omset penjualan pada toko kue Dhila Pashtry And Cake mengalami penurunan pada bulan maret 2020. Pada saat itu pemerintah memberlakukan PSBB dan akhirnya menghambat penjualan pada toko kue tersebut dan tidak toko kue Dhila Pashtry and Cake saja yang merasakan dampak PSBB tersebut, akan tetapi UMKM lainnya juga ikut merasakan dampaknya. Merunut pada latar belakangnya, peneliti memiliki ketertarikan untuk menyusun judul penelitian yang sesuai, yaitu **“ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI MANAJEMEN PADA SAAT PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pada Toko Kue Dhila Pashtry And Cake di Wringinanom, Gresik)”**

B. Fokus Penelitian

Karena keterbatasan tenaga, biaya, teori, waktu, dan juga supaya penelitian bisa dilaksanakan dengan lebih mendalam, maka penulis memberi batasan masalah yang akan di bahas. Pembatasan permasalahan ini juga dilakukan untuk menghindari meluasnya masalah yang akan di bahas dan nantinya mengakibatkan tidak adanya konsistensi pembahasan terhadap perumusan masalah yang tersedia.

Pada penelitian berikut, penulis melakukan analisis strategi mengenai manajemen yang diterapkan oleh toko kue Dhila Pastry and Cake menggunakan Analisis SWOT guna menemukan alternative strategi yang dapat diterapkan.

C. Rumusan Masalah

1. Apa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi Toko Kue Dhila Pastry And Cake untuk menentukan strategi manajemen yang cocok pada saat pandemi covid-19?
2. Bagaimana strategi manajemen dan bagaimana cara strategi yang dapat diterapkan pada Toko Kue Dhila Pastry And Cake pada saat pandemi covid-19?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami keunggulan, kekurangan, kesempatan, serta ancaman yang mempengaruhi Toko Kue Dhila Pastry And Cake dan supaya melakukan penentuan terhadap strategi manajemen yang cocok pada saat pandemic covid-19.
2. Untuk memahami strategi manajemen dan bagaimana strategi yang cocok yang dapat di terapkan pada Toko Kue Dhila Pastry And Cake pada saat pandemic covid-19.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, diharapkan hasil penelitiannya mampu menambah pemahaman serta wawasan khususnya mengenai kajian pemasaran

tentang analisis SWOT untuk penentuan strategi manajemen ketika pandemi covid-19.

2. Bagi Universitas, diharapkan hasilnya bisa menjadi wawasan serta bahan referensi untuk pelajar di Universitas Islam Majapahit dalam penyusunan penelitian mengenai bidang yang serupa.
3. Bagi perusahaan, hasilnya mampu dijadikan informasi baru serta masukan untuk Toko Kue Dhila Pastry And Cake untuk menyadari pentingnya strategi manajemen supaya bisa melakukan peningkatan profitabilitas industri serta bisa terjun ke dalam persaingan bersama kompetitor lainnya