

# **Bab I**

## **Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran besar dalam pembangunan ekonomi nasional, penyerapan tenaga kerja dan berperan penting sebagai motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi. Peran yang cukup besar tersebut membuat UMKM memiliki makna tersendiri untuk menekan angka kemiskinan. Sehingga pertumbuhan dan pengembangan UMKM dapat diartikan sebagai suatu indikator untuk keberhasilan pembangunan, terutama untuk negara-negara yang memiliki pendapatan perkapita rendah.

Masa pandemi yang diakibatkan oleh Covid-19 menyebabkan penurunan daya beli masyarakat. Hal tersebut dikarenakan oleh pendapatan mereka yang juga menurun akibat pandemi, sehingga banyak UMKM yang harus bertahan dalam keadaan sulit seperti ini. Banyaknya UMKM yang bergerak dalam bidang makanan serta minuman dan ditambah dengan keadaan sulit dimasa pandemi ini membuat UMKM harus memiliki strategi tersendiri agar dapat bertahan. Sehingga pada penelitian ini penulis akan membantu UMKM Depot Glory dalam menemukan strategi yang paling tepat untuk dapat diimplementasikan pada UMKM Depot Glory.

Depot Glory merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman. UMKM yang telah berjalan kurang lebih selama dua belas tahun ini merupakan salah satu UMKM dari ribuan UMKM yang juga bergerak dalam bidang yang sama. Produk utama yang menjadi unggulan dari UMKM ini yaitu *cwie mie ayam* dan beberapa makanan *chinese food* seperti *cap jay*, *koloke*, *kwetiaw* dan lain-lain. Kelebihan yang dimiliki UMKM ini yaitu rasa yang enak dan pelayanan yang ramah. Kelebihan tersebut membuat UMKM ini memiliki pelanggan yang setia pesan melalui UMKM ini. Namun, ada juga kekurangan yang dimiliki oleh UMKM ini yaitu lokasi UMKM Depot Glory berubah-ubah mengikuti tempat tinggalnya, kurangnya promosi melalui sosial media dan kurang menariknya kemasan yang digunakan oleh UMKM ini.

Persaingan yang ketat bukan salah satu masalah yang dialami oleh UMKM Depot Glory, melainkan ada faktor eksternal dan internal yang membuat UMKM Depot Glory perlu mengetahui kelemahannya dan memperbaiki agar dapat bertahan. Oleh sebab itu perlu dilakukan analisis lebih lanjut mengenai strategi pemasaran guna membantu UMKM Depot Glory dalam meningkatkan keuntungan. Analisis strategi pemasaran ini akan mencakup kekuatan-kelemahan-peluang dan ancaman dan bauran pemasaran untuk merumuskan strategi pemasaran. Setelah itu menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk menentukan prioritas atau strategi mana yang akan digunakan untuk perbaikan pada UMKM Depot Glory.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan identifikasi masalah yang timbul pada UMKM Depot Glory. Berikut merupakan identifikasi masalah pada penelitian ini:

1. Perlunya menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada UMKM Depot Glory.
2. Perlunya mengetahui prioritas strategi pemasaran pada UMKM Depot Glory dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process*.

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah yang digunakan dalam menyelesaikan laporan penelitian di UMKM Depot Glory dijabarkan sebagai berikut:

1. Analisis hanya dilakukan di bagian penjualan UMKM Depot Glory.
2. Minuman tidak termasuk dalam bahasan.
3. Data yang diberikan ialah data yang diterima dari UMKM Depot Glory.

## **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada UMKM Depot Glory dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)?
2. Bagaimana bauran pemasaran berpengaruh terhadap UMKM Depot Glory ?

3. Bagaimana strategi pemasaran di UMKM Depot Glory menggunakan metode AHP ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berikut merupakan tujuan dari penelitian yang akan dilakukan:

1. Mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman menggunakan analisis SWOT.
2. Mengetahui bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi strategi pada UMKM.
3. Mengetahui hasil dari metode AHP yang akan digunakan untuk strategi pemasaran.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Berikut merupakan manfaat dari penelitian yang dilaksanakan

1. Untuk memberikan saran dan pemecahan masalah dalam strategi pemasaran.
2. Untuk mempelajari kegiatan berusaha dan mempraktekan ilmu kedalam dunia nyata.
3. Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai strategi pemasaran.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan memuat tentang struktur isi dari laporan penelitian.

Berikut ini merupakan sistematika penulisan secara garis besar:

**Bab I : Pendahuluan**

Berisi tentang gambaran umum penelitian yang akan meliputi latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**Bab II : Tinjauan Pustaka**

Berisi teori dasar yang akan bersangkutan dengan penelitian. Teori yang digunakan akan dijadikan acuan penulisan pada penelitian.

**Bab III : Metode Penelitian**

Memuat mengenai urutan langkah penelitian dalam bentuk diagram alir (*flowchart*) beserta dengan penjelasan setiap langkah penelitian.

**Bab IV : Pengolahan Data dan Analisis Hasil**

Berisi mengenai pengolahan data yang telah diperoleh, pembahasan, serta analisis hasil pengamatan yang telah dilakukan.

**Bab V : Simpulan dan Saran**

Memuat tentang kesimpulan menyeluruh dari pengelolaan data dan hasil dari analisis penelitian yang telah dilakukan. Kemudian saran untuk penelitian selanjutnya maupun perbaikan atau aspek lain yang perlu dikaji lebih lanjut.