

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi, berbagai jenis perusahaan harus lebih cangguh dalam jenis bisnisnya dan mampu bertahan. Sebagai negara berkembang, Indonesia lebih menekankan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi ke arah yang lebih baik. Proses ini berdampak langsung pada berbagai bentuk usaha di Indonesia. Seiring berjalannya waktu, banyak jenis perusahaan baik kecil maupun besar bermunculan di Indonesia. Salah satu jenis usaha yang ada di Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor usaha skala mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terbukti dengan pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) setiap tahunnya. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah tahun 2013, ditemukan bahwa pangsa UKM dalam PDB Indonesia meningkat sebesar Rp135.602.200 juta pada triwulan III tahun 2012, atau lebih tinggi 9,90 persen dibandingkan tahun 2011.(Rokhman, 2021).

Besar kecilnya pangsa PDB sektor UMKM mempengaruhi penyerapan jumlah tenaga kerja di sektor UMKM yakni. pada tahun 2013 meningkat sebesar 114.114.082 juta dibandingkan tahun 2012 atau 6,03 persen.(Kurniawan, 2018)). Hal ini menunjukkan potensi besar yang dapat dikembangkan dan diperkuat oleh sektor UMKM untuk mengabdikan pada negara. Mengingat besarnya kontribusi UMKM, maka pemerintah sudah seharusnya memberikan perhatian lebih dalam mengembangkan dan mempertahankan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan bertahannya

usaha mikro, kecil dan menengah pada krisis mata uang tahun 1998 yang menjadi alasan utama pemerintah harus sangat waspada. Sejak krisis tahun 1998, hampir 80 persen perusahaan besar bangkrut, dan banyak yang memberhentikan karyawannya. UKM berperan penting dalam mengurangi pengangguran. Oleh karena itu, keberhasilan UMKM dapat meningkatkan perekonomian Indonesia karena kegiatan pengelolaannya mandiri dan tidak terbebani berat oleh krisis.(Setiawan, 2021).Kehadiran UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) akan meningkatkan kesempatan kerja dan mengurangi pengangguran.

Keberadaan UKM berkontribusi terhadap pengurangan pengangguran. Ketentuan mengenai UKM diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, dimana UKM dapat didefinisikan berdasarkan beberapa kriteria yang meliputi usaha mikro, kecil, dan menengah. Penggolongan kriteria UMKM tercermin dari besarnya kekayaan bersih yang diterima perusahaan. Pertanyaan menarik mengenai UKM telah dibahas sejak lama, mulai dari krisis keuangan tahun 1997 hingga resesi.

Sektor UMKM berupaya memanfaatkan sumber daya alam dan bersifat padat karya seperti perikanan, perdagangan, pertanian, dan perkebunan. Kegiatannya terutama produksi dan distribusi produk-produk yang diperlukan bagi masyarakat pada umumnya dan termasuk dalam kategori kebutuhan sehari-hari. Inilah sebabnya mengapa sektor UMKM sering disebut sebagai ekonomi yang berorientasi pada kerakyatan. UKM telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan, ditandai dengan bertambahnya jumlah pendiri usaha baru.

Produk sari apel merupakan salah satu produk yang berbahan dasar air. Sari apel juga merupakan salah satu minuman air kemasan yang paling populer di kalangan

masyarakat. Berkat rasa jus buahnya, minuman ini sangat digemari di kalangan tua dan muda. Selain rasanya yang unik, minuman ini juga memiliki sejumlah manfaat bagi tubuh.

Alam menerapkan suatu strategi bisnis, perlu dilakukan evaluasi terhadap strategi yang diterapkan dengan cara mengevaluasi model bisnis yang layak untuk mengidentifikasi permasalahan yang memerlukan perhatian. Salah satu model bisnis yang dapat digunakan untuk mengevaluasi model bisnis yang berlaku adalah BMC (Business Model Canvas), yang merupakan alat manajemen strategis untuk mendefinisikan dan mengkomunikasikan ide atau konsep bisnis dengan cepat dan mudah (Septiningrum, 2021). metode analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memantau dan mengevaluasi lingkungan eksternal dan internal perusahaan sesuai dengan tujuan bisnis tertentu (Priambodo & Suroso, 2023).

UKM Sumber Rejeki, salah satu perusahaan pengelola sari apel yang bergerak di bidang industri. Perusahaan ini hanya mempunyai satu produk minuman, perusahaan ini masih menggunakan proses produksi manual untuk produk yang dipasarkan di wilayah Jawa Timur.

Tujuan pengembangan usaha adalah memanfaatkan penemuan-penemuan baru dan memperluas pemasaran melalui media sosial di wilayah Nongkojajar, para pengusaha berharap usahanya dapat menjangkau kalangan yang lebih luas khususnya generasi muda dan masyarakat menengah ke atas. . Dengan demikian, tujuan peningkatan pendapatan dapat terwujud. dan bisnis sari apel diperkirakan akan terus berkembang. Menurut pengusaha saat ini, perusahaannya mempunyai beberapa permasalahan dengan rendahnya penjualan atau beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti pemasaran yang masih manual, kurangnya digitalisasi dan kurangnya keterampilan dalam menjalin hubungan. Akibatnya, keuntungan yang diperoleh menurun karena banyaknya

pesaing yang lahir di wilayah Nongkojajar dan kurangnya inovasi dalam pengembangan sari buah apel, seperti pemasaran media sosial atau produksi sari buah apel rasa baru yang saat ini banyak diminati. pembeli potensial.

Berikut tabel nama beberapa Penjualan Produksi Sari Buah Apel di daerah Nongkojajar:

**Tabel 1.1 Penjualan Produk Sari Buah Apel
Mei-April 2023**

| No | Bulan Penjualan | Jumlah | Terjual | Target Perusahaan |
|-----------|------------------------|---------------|----------------|--------------------------|
| 1. | Mei 2022 | 120 kardus | 110 kardus | 120 kardus |
| 2. | Juni 2022 | 144 kardus | 135 kardus | 140 kardus |
| 3. | Juli 2022 | 192 kardus | 180 kardus | 190 kardus |
| 4. | Agustus 2022 | 408 kardus | 400 kardus | 400 kardus |
| 5. | September 2022 | 168 kardus | 160 kardus | 160 kardus |
| 6. | Oktober 2022 | 120 kardus | 115 kardus | 120 kardus |
| 7. | November 2022 | 168 kardus | 160 kardus | 160 kardus |
| 8. | Desember 2022 | 96 kardus | 90 kardus | 100 kardus |
| 9. | Januari 2023 | 192 kardus | 190 kardus | 190 kardus |
| 10. | Februari 2023 | 120 kardus | 100 kardus | 125 kardus |
| 11. | Maret 2023 | 72 kardus | 70 kardus | 75 kardus |
| 12. | April 2023 | 144 kardus | 130 kardus | 145 kardus |

Sumber: UMKM Sumber Rejeki

Setelah menganalisis permasalahan yang ada, maka dapat diketahui bahwa perusahaan Sari Buah Apel ini perlu merancang strategi pemasaran. Tujuan perencanaan strategi pemasaran adalah agar keuntungan dapat tumbuh sesuai

dengan yang diharapkan. Serta dapat bersaing dengan kompetitor sejenis lainnya dengan tetap bertahan hingga saat ini. Oleh karena itu penulis mencoba merumuskan strategi pemasaran dengan menggunakan metode BMC untuk menganalisis faktor eksternal dan metode analisis SWOT untuk menganalisis faktor internal. Setelah menganalisis permasalahan yang ada, maka dapat diketahui bahwa perusahaan Sari Buah Apel ini perlu merancang strategi pemasaran. Tujuan perencanaan strategi pemasaran adalah agar keuntungan dapat tumbuh sesuai dengan yang diharapkan. Serta dapat bersaing dengan kompetitor sejenis lainnya dengan tetap bertahan hingga saat ini. Oleh karena itu penulis mencoba merumuskan strategi pemasaran dengan menggunakan metode BMC untuk menganalisis faktor eksternal dan metode analisis SWOT untuk menganalisis faktor internal (Mustaniroh dkk., 2017). Porter mengatakan dalam bukunya “Competitive Advantage” bahwa strategi bersaing yang tepat diperlukan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Strategi bersaing merupakan upaya untuk menemukan posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu industri. Tujuan dari strategi bersaing adalah untuk menciptakan posisi yang menguntungkan dan kuat melawan kekuatan-kekuatan yang menentukan persaingan industri. Tujuan analisis pesaing adalah untuk mengembangkan profil sifat dan keberhasilan perubahan strategis yang mungkin terjadi pada setiap pesaing yang akan memandu organisasi dalam mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai strategi yang cukup komprehensif untuk diciptakan. keunggulan kompetitif. Penerapan strategi SWOT diperlukan untuk mengetahui bagaimana mengidentifikasi kelemahan dan ancaman bisnis ini serta memanfaatkan segala kekuatan yang ada sebagai peluang untuk bertahan dan bersaing dalam dunia bisnis. Perkembangan dunia usaha yang terus berkembang tentunya membuat para pengusaha semakin cermat dan teliti

dalam melihat kelemahan dan kelebihan perusahaannya, sehingga perusahaan yang sudah lama beroperasi tidak harus mengalami kegagalan yang berujung pada matinya perusahaan itu sendiri. Dalam keadaan seperti ini, perusahaan penyiapan makanan harus lebih memikirkan keberhasilan dan operasional perusahaan dari awal pendirian hingga masa depan, dimana persaingan antar perusahaan diperkirakan akan lebih sulit dari sekarang, dan dengan menerapkan metode SWOT, para pengusaha berharap dapat menentukan strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pengelolaan perusahaan, baik saat ini maupun perencanaan masa depan, agar mampu bersaing dalam dunia bisnis. Persaingan dalam industri memasak yang semakin ketat menuntut perusahaan makanan untuk selalu menggunakan strategi bersaing yang berkaitan dengan perkembangan lingkungan usahanya guna mempertahankan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dibandingkan perusahaan sejenis dan melanjutkan usahanyaterhadap lingkungan.

Selain itu, perusahaan mempunyai kendala penjualan yang minim sehingga perusahaan tetap merugi. Minimnya penjualan atau banyak faktor yang mempengaruhinya seperti pemasaran yang masih manual, minimnya digitalisasi manual dan rendahnya literasi dalam hubungan antar komunitas. Atas permasalahan diatas, penulis memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan diatas dengan menggunakan analisis metode BMC-SWOT.

1.2 Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan dapat mencapai saran. Maka perlu adanya batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada bidang pemasaran produk dan kualitas produk UMKM Sumber Rejeki
2. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan metode analisis SWOT.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perencanaan strategi Business Model Canvas (BMC) pada UMKM Sumber Rejeki.
2. Bagaimana menentukan bobot faktor internal dan external berdasarkan matriks EFAS dan IFAS.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk memberikan strategi yang dapat diterapkan pada UMKM Sumber Rejeki dengan pendekatan Business Model Canvas (BMC).
2. Untuk mengetahui bobot faktor internal dan external dalam penjualan SARI BUAH APEL berdasarkan matriks EFAS dan IFAS.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian Bagi Akademisi:

1. Mengetahui bagai mana membuat rekomendasi strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT.
2. Mengetahui bagai mana cara untuk menyusun formula strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT.

Manfaat Penelitian Bagi Praktisi:

1. Sebagai bahan referensi bagi pengusaha untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang digunakan.
2. Sebagai bahan referensi bagi pengusaha untuk meningkatkan volume penjualan dengan rekomendasi yang di berikan.
3. Sebagai bahan acuan pengusaha untuk menyusun formula strategi pemasaran yang akan dilakukan.