

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Saat ini teknologi informasi dan perkembangan dunia internet semakin maju dan berkembang pesat. Dalam perekonomian suatu negara, teknologi informasi dinilai memegang peranan yang sangat penting. Dengan kemajuan teknologi informasi akan meningkatkan kemampuan produktifitas dunia industry seperti industry kreatif yang berbasis teknologi informasi.<sup>2</sup> Munculnya ide-ide kreatif dari masyarakat juga mempengaruhi perkembangan perekonomian Indonesia. Pemerintah juga menjadi tertarik untuk mendukung perekonomian mikro yang sangat kreatif dan inovatif.

Industri rumahan adalah usaha rumahan yang menjual barang usaha kecil-kecilan. Karena pengolahannya semua operasional dipusatkan di rumah dan termasuk usaha kecil dan menengah. Usaha kecil dan menengah (UKM) ini secara jelas dimuat dalam Undang-Undang No.9 Tahun 1995, bahwa usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta (tidak termasuk tanah dan tempatusaha) dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1 milyar.<sup>3</sup> Saat ini di Indonesia, jumlah usaha kecil dan menengah (UKM) bertambah meningkat dari waktu ke waktu. Selain berperan dalam pembangunan perekonomian nasional dan bertambahnya lapangan

---

<sup>2</sup>Rizky Wijaya, “*Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan*”, (Jakarta: Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, 2018), hal.4

<sup>3</sup>Ferra Pujiyanti, *Perpajakan dan UKM*, (Jakarta:Lembar Pustaka Indonesia, 2015), hal. 67

pekerjaan, usaha kecil dan menengah juga berperan dalam mewujudkan sejumlah hasil pembangunan dan menjadi penggerak pertumbuhan berbagai kegiatan perekonomian nasional. Usaha kecil dan menengah di Indonesia mencakup berbagai sector ekonomi. Usaha kecil dan menengah juga merupakan peran utama yang menciptakan lapangan kerja dan memberikan dampak positif terhadap perekonomian negara.

Persaingan antar perusahaan sejenis menjadi semakin ketat menyebabkan perubahan kondisi pasar, darimana kondisi pasar berubah Pasar penjual (kekuasaan ada di tangan penjual) menjadi pasar pembeli (kekuatan pasar ada ditangan pembeli). Dalam kondisi itu, produsen akan berusaha mencari pembeli dengan memperhatikan selera konsumen. Dengan seperti ini produsen harus mampu untuk menciptakan sesuatu yang unik dan menarik sehingga dapat puas apa yang dibutuhkan atau diharapkan oleh pelanggan<sup>4</sup>.

Keberhasilan suatu usaha tidak dapat dipisahkan dari operasional pemasaran yang sangat berkontribusi terhadap kesuksesan suatu perusahaan. Fungsi utama perusahaan adalah melakukan strategi pemasaran yaitu rencana untuk memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan, dan memelihara bauran pemasaran yang dapat memuaskan apa yang dibutuhkan konsumen<sup>5</sup>.

Dalam berwirausaha strategi pemasaran diterapkan yaitu produk (*product*) apa yang ditawarkan, harga (*price*) strategi penentuan harga, lokasi/tempat (*place*) di mana tempat jasa diberikan, promosi (*promotion*)

---

<sup>4</sup> Rendi SeptiSanjaya, "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Omset Penjualan untuk Usaha Aqiqah pada Laz Nurul Hayat Medan", (UIN Sumatra Utara : 2017), hal.1

<sup>5</sup> Krismono Gugup, "Bisnis Pengantar" (Yogyakarta, BPFE:2001) hal.232

bagaimana promosi yang dilakukan. Dari keempat factor tersebut merupakan satu kesatuan yang harus diperhatikan oleh manajer pemasaran dalam mengambil keputusan mengenai strategi pemasaran<sup>6</sup>.

Agar suatu bisnis dapat bersaing dengan bisnis lainnya, maka suatu perusahaan harus mampu mengelola operasional bisnis dengan baik. Untuk mencapai keuntungan yang diinginkan perusahaan, salah satu cara untuk mencapainya adalah melalui manajemen strategis. Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang menguraikan harapan-harapan perusahaan mengenai dampak berbagai kegiatan atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya disuatu pasar sasaran, secara khusus. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, di antaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya<sup>7</sup>.

Jika ditinjau keseharian sector jajanan tradisional, Rumah Brubi tidak dapat lepas dari hambatan, baik dari segi permodalan, sumber daya manusia, minat konsumen, dan kreativitas. Banyaknya bermunculan perusahaan-perusahaan di bidang kuliner yang menyebabkan banyaknya inovasi pangan yang membuat jajanan tradisional kurang diminati masyarakat. Oleh Karena itu, membangun strategi pengembangan bisnis sangat diperlukan. Dengan analisis SWOT, perusahaan dapat mengeksekusi rencananya dengan baik.

---

<sup>6</sup>Syamsuri, "Alisis Penerapan Strategis pada Rumah Makan Ayam Bakar Solo Cabang Malang". Jurnal Skripsi universitas islam Negeri MaulanMalik Ibrahim Malang. 2010. hal. 3

<sup>7</sup>Gregorius Chandra, "Strategi Dan Program Pemasaran." Edisi I. Andi.(Yogyakarta. 2002). hal 93

Pelaku bisnis dapat memilih strategi yang tepat untuk menganalisis aktivitas bisnisnya. Dari segi faktor internal dan eksternal, banyak metode yang dapat diterapkan seperti menggunakan matriks SPACE, matriks BGC, matriks IE dan matriks IFAS EFAS. Dalam penelitian ini digunakan matriks IFAS dan EFAS.

Rumah Brubi merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jajanan tradisional yang berpusat di Desa Ketanon, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. Produk yang dihasilkan adalah jajanan tradisional berupa ongol-ongol, klepon, utri, sawut dan gatot. Jika Rumah Brubi memiliki berbagai kekuatan dalam bisnisnya, hal ini bisa menjadi peluang bagi perusahaannya untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama, jumlah ini akan terus bertambah setiap harinya. Jika pelanggan meningkat, pendapatan harian akan meningkat.

Tabel 1.1

Data Omset Penjualan Januari – Juni 2023

<b>Bulan</b>	<b>Omzet Penjualan (Rp)</b>	<b>Rata-Rata Per Minggu (Rp)</b>
Januari	Rp. 3.200.000	Rp. 800.000
Februari	Rp. 2.000.000	Rp. 500.000
Maret	Rp. 1.600.000	Rp. 400.000
April	Rp. 2.200.000	Rp. 550.000
Mei	Rp. 2.600.000	Rp. 650.000

Sumber: Data yang diolah dari hasil wawancara

Menurut Nissa Nurfitriana dan Retno Hidayati, omzet penjualan adalah seluruh jumlah penjualan yang ada pada barang ataupun jasa dalam beberapa kurun waktu tertentu, yang penghitungannya didasarkan pada jumlah uang yang didapat<sup>8</sup>. Meningkatkan penjualan produk merupakan strategi yang harus dilakukan. Pasalnya jika produk yang dijual sesuai dengan ekspektasi konsumen maka akan semakin meningkat dan *awareness* terhadap produk yang dijual di Rumah Brubi akan semakin dikenal masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan makanan tradisional “Rumah Brubi”. Peneliti menggunakan analisis SWOT untuk meningkatkan penjualan.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, berikut rumusan masalah yang didapatkan :

1. Bagaimana strategi penjualan produk Jajanan Tradisional Rumah Brubi Desa Ketanon Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana kalsifikasi factor-faktor penerapan Analisis SWOT pada upaya meningkatkan penjualan produksi Jajanan Tradisional Rumah Brubi Desa Ketanon Kabupaten Tulungagung?

---

<sup>8</sup>Nissa Nurfitriana dan Retno Hidayati, *Analisis Perbedaan Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan dan Waktu (Studi Pada Catering Sonokembang Semarang)*, Jurnal Liquidity, Vol.1, 2011, hal. 4

3. Bagaimana strategi yang dihasilkan dari penerapan analisis SWOT dalam upaya peningkatan penjualan produksi Jajanan Tradisional Rumah Brubi Desa Ketanon Kabupaten Tulungagung?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi penjualan produk jajanan tradisional rumah Brubi Desa Ketanon Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk mengetahui klasifikasi factor internal dan eksternal penerapan analisis SWOT pada upaya meningkatkan penjualan produk jajanan tradisional Rumah Brubi Desa Ketanon Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk mengetahui alternative strategi dari penerapan analisis SWOT dalam upaya peningkatan penjualan produk jajanan tradisional Rumah Brubi Desa Ketanon Kabupaten Tulungagung.

### **D. Pembatasan Masalah**

Untuk menghindari pembahasan yang tidak mengacu pada penelitian ini, maka perlu ditetapkan batasan-batasan penelitian. Keterbatasan penelitian ini mengkaji strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan jajanan tradisional Rumah Brubi dengan menggunakan analisis SWOT.

### **E. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti ini nantinya diharapkan dapat dijadikan rujukan atau rujukan dalam melakukan penelitian atau membahas permasalahan serupa.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan parapeneliti dapat meningkatkan pemahaman tentang strategi bauran pemasaran melalui analisis SWOT dan mengembangkan kemampuan dalam melakukan penelitian ilmiah.

### b. Bagi Usaha Jajanan Tradisional Rumah Brubi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan inspirasi bagi perusahaan agar kedepannya dapat lebih berkembang, lebih inovatif dan mampu mengalahkan kompetitorinya.

### c. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sumber referensi bagi mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, serta Fakultas Ekonomi dan Perdagangan Islam (FEBI) dan Fakultas Ekonomi Syariah pada khususnya.

## **F. Penegasan Istilah**

### 1. Secara Konseptual

#### a. Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah manajemen yang menekankan dan mengutamakan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman

lingkungan eksternal perusahaan. Mengamat kekuatan dan kelemahan pada lingkungan internal perusahaan.<sup>9</sup>

b. Penjualan

Penjualan adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui suatu proses pertukaran.<sup>10</sup>

c. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu cara dalam mengidentifikasi berbagai factor secara sistematis yang berada dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (strength), dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalisir kelemahan (wesknesses), dan ancaman (thteats)<sup>11</sup>.

d. Jajanan Tradisional

Makanan dan jajanan tradisional merupakan pangan khas dari nenek moyang dan biasanya digunakan untuk acara atau tradisi.

Makanan tradisional disebut juga sebagai makanan pasar.

2. Secara Operasional

Maksud dari “Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Analisis SWOT (Studi Kasus Jajanan Tradisional Rumah Brubi di Desa Ketanon

---

<sup>9</sup>Supriyono, *Manajemen strategi dan kebijakanbisnis*, (Yogyakarta; BPFE, 1993), hal. 10

<sup>10</sup>Assuauri, S. 2017, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada).

<sup>11</sup>Marimin, *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan KriteriaMajemuk*, (Jakarta: Grasindo, 2004), hal.58

Kabupaten Tulungagung)” yaitu meneliti dan menganalisis tentang kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang yang dilakukan Rumah Brubi dalam mengatur *marketing* dan mendeskripsikan tentang upaya-upaya yang dilakukan Rumah Brubi dalam meningkatkan penjualan produknya.

## **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Agar dapat meningkatkan pemahaman tentang penelitian, maka sistem penulisannya adalah sebagai berikut:

### **BAGIAN AWAL**

Bagian pertama meliputi : halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memuat pendahuluan yang nantinya akan dijadikan acuan keseluruhan pada saat penulisan skripsi, yang memuat informasi terkait konteks penelitian, arah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, validasi terminologi dan sistematika pembahasan skripsi.

### **BAB II DAFTAR PUSTAKA**

Bab ini memuat tinjauan pustaka atau kajian terhadap teori-teori pendukung yang relevan dengan topic penelitian. Bab ini juga membahas tentang penelitian termasuk penelitian-penelitian yang berfokus pada hasil-hasil penelitian sebelumnya, yang dapat dijadikan bahan analisis atau perbandingan ketika membahas subjek penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menyajikan jenis penelitian, metode penelitian, dan lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji validitas penulisan dan langkah-langkah penelitian.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini memuat hasil penyajian data yang disajikan dalam bentuk tematik sesuai dengan pertanyaan yang dikemukakan sebelumnya pada wawancara dengan pemilik Rumah Brubi Jajan Tradisional Desa Ketanon Kabupaten Tulungagung.

#### BAB V PEMBAHASAN

Bab ini memuat hubungan, pola, kategori, dan hasil yang ditemukan di lapangan atau dikaitkan dengan hasil analisis yang dilakukan dan dikaitkan dengan teori.

#### BAB VI PENUTUPAN

Bab ini memuat kesimpulan dan rekomendasi yang diperoleh dari penulis yang ditujukan kepada semua pihak yang berkepentingan.

#### BAGIAN AKHIR

Pada bagian ini disajikan daftar pustaka, lampiran-lampiran yang diperlukan, surat pernyataan keaslian skripsi serta, daftar riwayat hidup.