

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial dalam struktur perekonomian di Indonesia, termasuk di tingkat daerah seperti Kabupaten Blitar. Di Blitar, salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat adalah industri kuliner, khususnya sambel pecel yang telah menjadi ikon kuliner khas daerah. Tingginya potensi ini ditandai dengan adanya 277 industri sambel pecel yang tersebar di 22 kecamatan di Kabupaten Blitar per tahun 2023. Di daerah Jajar sendiri ada beberapa yang usaha sambel seperti, sambel pecel Mak Win, sambel pecel Bu Sun, sambel pecel Djosari, sambel pecel Nora, sambel pecel Cemara. Salah satu pelaku usaha di tengah persaingan ini adalah UMKM Sambel Pecel Sari's Rasa.

Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM sambel pecel di Blitar untuk melakukan inovasi dan adaptasi, serta menerapkan strategi yang tepat agar dapat bersaing di pasar yang dinamis ini, sehingga sambel pecel tidak hanya tetap menjadi ikon kuliner Blitar, tetapi juga dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat. Para pelaku usaha harus beradaptasi dengan perubahan kondisi bisnis agar tetap relevan dan mampu bersaing. saat ini perkembangan dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat.

Yang mana semakin pesatnya perkembangan dunia bisnis dapat berdampak pada perekonomian masyarakat sekitar menjadi lebih baik. Semakin bervariasi dan kompetitif persaingan dalam suatu usaha, Jadi produk - produk yang dibuat harus memiliki keunggulan dan memiliki kualitas, karena dalam berbisnis persaingan usaha itu selalu ada.

Penelitian ini memiliki nilai strategis yang tinggi karena dapat memberikan kontribusi nyata bagi berbagai pihak, mulai dari pelaku usaha, pemerintah, hingga akademisi. Dengan menggabungkan pendekatan SWOT, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan yang bermanfaat dalam pengembangan bisnis sambal pecel. Yang mana pada inovasi rasa *UMKM* tersebut memiliki varian rasa sambal pecel yang unik dan populer, maka penelitian dapat mengungkap faktor-faktor yang membuat rasa tersebut disukai konsumen. Jika *UMKM* tersebut bekerja sama dengan petani lokal untuk mendapatkan bahan baku berkualitas, penelitian dapat menganalisis dampak kemitraan ini terhadap keberlanjutan bisnis. *UMKM* tersebut menggunakan teknologi modern dalam proses produksinya, penelitian dapat mengevaluasi efektivitas teknologi tersebut dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas produk.

UMKM merupakan usaha milik orang perorangan/pribadi dan badan usaha yang bukan merupakan anak cabang dari perusahaan lain dengan kriteria memiliki modal usaha yang memiliki tolak ukur yang sudah ditentukan. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, usaha menengah didefinisikan sebagai usaha kekayaan bersih lebih dari

Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah) .

Berikut rincian jumlah penjualan Sambel Pecel Sari'S Rasa Blitar pada tahun 2024.

Tabel 1. 1 Data Penjualan UMKM Sambel Pecel Sari'S Rasa pada Tahun 2021-2024

No	Tahun	Penjualan
1	2021	Rp.1.635.140.500
2	2022	Rp. 2.140.312.000
3	2023	Rp. 2.219.643.000
4	2024	Rp.2.500.159.500

Sumber: Data omzet Sambel Pecel Sari's Rasa Blitar 2024

Data berupa data penjualan yang disajikan menunjukkan fluktuasi yang signifikan dalam angka penjualan dari tahun 2021 hingga 2024. Pada tahun 2021, penjualan tercatat sebesar Rp. 1.635.140.000, yang menjadi dasar untuk pertumbuhan di tahun-tahun berikutnya. Pada tahun 2022, penjualan meningkat menjadi Rp. 2.140.312.000, mencerminkan pertumbuhan yang positif dan menunjukkan adanya peningkatan permintaan atau efektivitas strategi pemasaran. Namun, pada tahun 2023, penjualan melonjak tajam menjadi Rp. 2.219.643.000, yang menunjukkan kinerja luar biasa dan mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor. Pada tahun 2024, penjualan mengalami peningkatan kembali menjadi Rp. 2.500.159.500, Secara keseluruhan, data ini mencerminkan dinamika yang

kompleks dalam penjualan, dengan pertumbuhan yang kuat di tahun 2022 dan 2023, sampai 2024, yang memerlukan analisis lebih lanjut untuk memahami penyebab di balik fluktuasi tersebut.

Banyaknya jumlah pelaku usaha di industri yang sama menciptakan tingkat persaingan yang sangat ketat. Hal ini menjadi permasalahan utama bagi UMKM Sambel Pecel Sari's Rasa, yang dihadapkan pada tantangan untuk terus meningkatkan volume penjualannya. Selain persaingan harga, tantangan lainnya mencakup keterbatasan dalam strategi pemasaran yang efektif serta adanya perubahan preferensi konsumen. Fluktuasi data penjualan dari tahun 2021 hingga 2024, meskipun menunjukkan tren pertumbuhan, mengindikasikan adanya dinamika pasar yang kompleks dan perlunya strategi yang solid untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dipilih sebagai kerangka strategis. Analisis SWOT memungkinkan identifikasi komprehensif terhadap faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi kinerja UMKM. Logika di balik pemilihan SWOT adalah kemampuannya untuk memberikan gambaran holistik mengenai posisi strategis perusahaan, sehingga dapat merumuskan strategi yang tidak hanya meningkatkan volume penjualan tetapi juga memperkuat posisi di pasar. Penting pula untuk mengintegrasikan perspektif ekonomi Islam dalam analisis ini, mengingat

prinsip-prinsip yang terkandung di dalamnya dapat memberikan nilai tambah bagi strategi peningkatan volume penjualan yang beretika dan berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki gap dengan penelitian sebelumnya yang cenderung berfokus pada analisis SWOT secara umum atau pada sektor UMKM yang berbeda. Beberapa penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Nadari Oktaviani Pahlevi (2020) pada PT. Rans, Nurul Khamidah (2019) pada usaha Sprei Lukis Bali "Mustika", dan Muhammad Khairul Dafir (2022) pada usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki, telah menggunakan analisis SWOT untuk pengembangan bisnis. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji strategi peningkatan volume penjualan UMKM sambel pecel melalui pendekatan SWOT, terutama dengan mempertimbangkan dinamika pasar lokal dan tantangan spesifik yang dihadapi oleh UMKM di Blitar.

Oleh karena itu, penelitian ini layak untuk dilakukan karena memiliki nilai strategis dan kontribusi yang tinggi. Secara praktis, hasil analisis ini dapat memberikan rujukan dan masukan nyata bagi UMKM Sambel Pecel Sari's Rasa untuk bersaing dan bertumbuh. Selain itu, penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi akademisi sebagai referensi ilmiah mengenai penerapan strategi pemasaran pada UMKM di industri kuliner yang kompetitif.

Berdasarkan latar belakang di atas, saya sebagai peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lebih dalam mengenai strategi meningkatkan

volume penjualan melalui pendekatan analisis SWOT yang akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul “**Strategi Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Pendekatan Analisis SWOT (Studi Kasus UMKM Sambel Pecel Sari’s Rasa di Desa Jajar Kabupaten Blitar)**”

B. Fokus Masalah

Dari penelitian yang berjudul Strategi Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Pendekatan Analisis SWOT UMKM Sambel Pecel Sari’S Rasa, maka peneliti membuat fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kekuatan (*strenght*) yang dimiliki oleh perusahaan Sambel Pecel Sari’s Rasa?
2. Bagaimana kelemahan (*weakness*) yang dimiliki oleh perusahaan Sambel Pecel Sari’s Rasa?
3. Bagaimana peluang (*opportunity*) yang dimiliki oleh perusahaan Sambel Pecel Sari’s Rasa?
4. Bagaimana ancaman (*threat*) yang dimiliki oleh perusahaan Sambel Pecel Sari’s Rasa?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diambil tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kekuatan (*strenght*) yang dimiliki oleh perusahaan Sambel Pecel Sari’s Rasa
2. Untuk mengetahui kelemahan (*weakness*) yang dimiliki oleh perusahaan Sambel Pecel Sari’s Rasa

3. Untuk mengetahui peluang (*opportunity*) yang dimiliki oleh perusahaan Sambel Pecel Sari's Rasa
4. Untuk mengetahui ancaman (*threat*) yang dimiliki oleh perusahaan Sambel Pecel Sari's Rasa

D. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini pada UMKM Sambel Pecel Sari's Rasa yang berada di Desa Jajar Kecamatan Talun Kabupaten Blitar.

2. Keterbatasan Peneliti

Mengingat luasnya masalah, peneliti menetapkan batasan penelitian, yaitu membahas Strategi Meningkatkan Volume Penjualan Melalui Pendekatan Analisis SWOT UMKM Sambel Pecel Sari's Rasa

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat teoritis, dan praktis. Adapun manfaat penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan peneliti menjadi salah satu pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang pengembangan sebagai bahan referensi bagi peneliti.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Berdasarkan Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu

pengetahuan peneliti dan pengalaman terakut dengan Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Analisis SWOT Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam untuk Meningkatkan Volume Penjualan.

b. Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini diharapkan pengusaha dapat dibuat sebagai bahan masukan bagi perusahaan Sambel Pecel Sari Rasa's.

c. Bagi Instansi

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai menambah sumber referensi bagi UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

F. Penegasan Istilah

1. Secara Konseptual

a. Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi merupakan ilmu dan seni dalam memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimiliki untuk melaksanakan kebijakan tertentu, baik dalam kondisi perang maupun damai.² Strategi dapat diartikan sebagai rencana yang menyeluruh, terpadu, dan sistematis yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam era globalisasi dan perdagangan bebas, strategi memegang peranan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif serta menjadi pedoman

² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2018), 201.

tindakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

b. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti, menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan suatu proses yang melibatkan identifikasi berbagai faktor secara menyeluruh sebagai dasar dalam merumuskan strategi bisnis.

³Logika di balik analisis ini memungkinkan untuk memaksimalkan kekuatan(*strengths*) dan peluang (*opportunities*) untuk meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

c. Penjualan

Penjualan merupakan proses penyerahan barang atau jasa dari penjual kepada pembeli sebagai imbalan berupa uang atau nilai tukar lainnya. Aktivitas ini menjadi kegiatan utama dalam bisnis yang bertujuan menghasilkan pendapatan serta menjaga keberlangsungan perusahaan.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ada beberapa BAB sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah.

Bab II Kajian Teori, meliputi: landasan teoritis, penelitian terdahulu

Bab III Metode Penelitian, meliputi: pendekatan dan jenis penelitian,

³ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 19.

lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknis analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian, meliputi : pemaparan data, disajikan dalam topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan pada rumusan masalah dan hasil analisis data. Pada paparan data tersebut diperoleh melalui observasi atau pengamatan, hasil wawancara, dan deskripsi informasi lainnya anatra lain dokumen yang dikumpulkan oleh peneliti melalui prosedur pengumpulan data berdasarkan diatas. Serta temuan penelitian, yang mana disajikan sesuai dengan fokus penelitian serta hasil analisis data yaitu kesimpulan dari temuan penelitian.

Bab V Pembahasan, meliputi: Dalam analisis hasil temuan melalui teori, penelitian terdahulu, dan teori yang ada.

Bab VI Penutup, meliputi: terdiri dari 1) kesimpulan, uraian yang dijelaskan pada penelitian kualitatif yaitu temuan pokok yang harus mencerminkan makna dari temuan sesuai rumusan masalah yang diperoleh dari hasil pembahasan. 2) Saran, bila mana ditunjukan peneliti kepada berbagai pihak berkepentingan terhadap objek penelitian yang telah dilakukan.