

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan saat ini, pertumbuhan bisnis dalam bidang kuliner mengalami peningkatan yang cukup pesat hal ini mempengaruhi faktor berkembang dan majunya suatu perusahaan dalam bidang tersebut. Dimana kondisi saat ini munculnya perusahaan pesaing dengan produk yang sejenis. Sehingga akan terjadi persaingan dalam merebutkan pangsa pasar dan konsumen. Melalui hal tersebut, perusahaan harus mengetahui sasaran pasar agar produk yang ditawarkan dapat sampai pada target pasar. Di era saat ini, perkembangan bisnis dalam bidang kuliner semakin meningkat akan persaingan, perubahan dan ketidakpastian bisnis.

Dalam menghadapi persaingan pasar, maka diharuskan adanya perbedaan dalam menetapkan kreativitas strategi yang dilakukan oleh para pelaku bisnis, keunggulan dasar yang diperoleh pelaku bisnis adalah ketika mampu untuk menetapkan kreativitas strategi yang dilakukan dapat meningkatkan kinerja pemasaran, perilaku kreatif seseorang dipengaruhi juga oleh adanya motivasi berkekrativitas, kebebasan dan sumber daya manusia. Seseorang juga akan mempunyai motivasi intrinsik yang tinggi, tertarik, menikmati, dan puas akan tantangan dalam pekerjaannya, dalam hal ini membuat strategi bisnis yang tepat guna.

Dalam memilih strategi yang tepat untuk diterapkan oleh sebuah perusahaan, pelaku bisnis perlu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai kedudukan atau posisi usaha bisnis di pasar. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara analisis terhadap lingkungan baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal. Biasanya ini disebut dengan analisis SWOT. Hal tersebut dimaksudkan untuk mengidentifikasi peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*) yang berasal dari lingkungan eksternal bisnis serta mengidentifikasi kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) yang berasal dari lingkungan internal bisnis.

Serang adalah sebuah Kabupaten yang berada di Provinsi Banten, Indonesia yang mempunyai ciri khas Ibukotanya. Kabupaten ini terletak dibagian Barat Laut Provinsi

Banten letaknya  $\pm$  70 Km dari Kota Jakarta. Kemudian terletak di sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Tangerang, di sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Lebak dan Kabupaten Pandeglang, sedangkan di sebelah Barat berbatasan dengan Kota Cilegon dan Selat Sunda. Kabupaten Serang terdiri dari atas 29 Kecamatan yang dibagi lagi atas 326 Desa dan Kelurahan yang mempunyai Suku asli Suku Sunda. Sebagian besar wilayah Kabupaten Serang juga merupakan tempat yang sangat cocok bagi para pelaku bisnis yang ingin mengembangkan usahanya, karena perekonomian Kabupaten Serang ditopang oleh banyak industri manufaktur yang juga tergabung dalam kegiatan ekspor. Maka dari itu dengan banyaknya perindustrian ini menyebabkan migrasi yang terjadi, inilah yang membuat Kabupaten Serang memiliki sangat banyak penduduk yang menetap dan membuat hal ini menjadi sebuah peluang bisnis yang dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis.

Dari sekian banyak jumlah penduduk di Kabupaten Serang, sebagian orang memilih berbisnis dibidang kuliner khususnya pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perorangan ataupun badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang sebagai mana dibatasi dalam undang - undang. Pemberdayaan usaha UMKM menjadi sangat strategi, karena potensinya yang besar dan meningkatkan kegiatan ekonomi di masyarakat serta sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian masyarakat dalam meningkatkan perekonomiannya

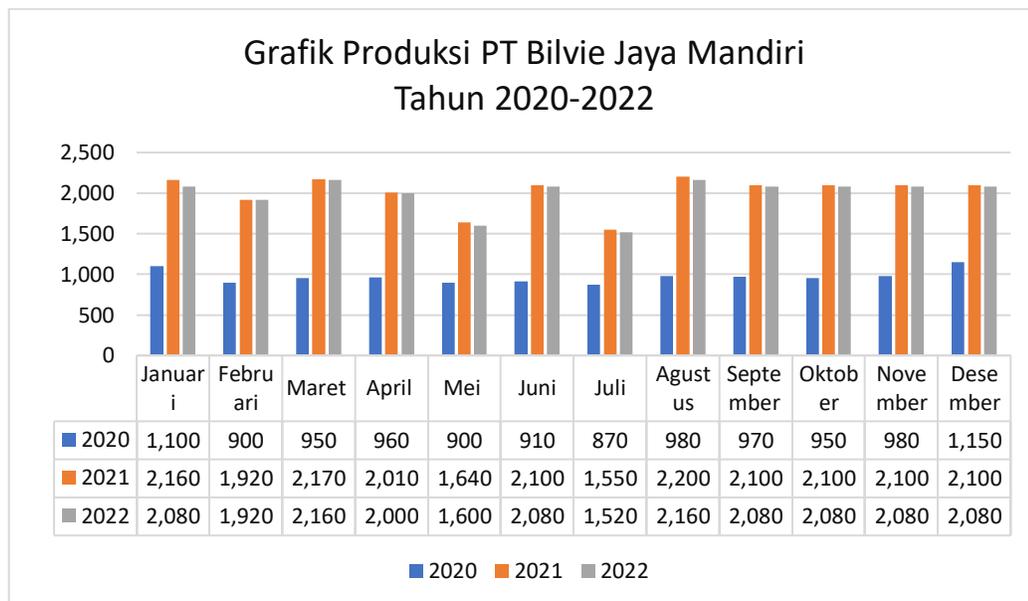
**Tabel 1.1. Jumlah UMKM Kabupaten / Kota Wilayah Provinsi Banten**

KAB / KOTA	JENIS USAHA			
	MIKRO	KECIL	MENENGAH	JUMLAH
KOTA SERANG	66,703	12,418	592	79,713
KOTA CILEGON	67,527	12,572	599	80,698
KOTA TANGERANG	148,147	27,581	1,315	177,043
KOTA TANGERANG SELATAN	52,374	9,751	465	62,590
KAB. SERANG	25,330	4,102	359	29,791
KAB. PANDEGLANG	123,277	22,951	1,094	147,322
KAB. LEBAK	114,878	21,387	1,020	137,285
KAB. TANGERANG	133,489	24,852	1,185	159,526
<b>JUMLAH TOTAL</b>	<b>823,496</b>	<b>153,313</b>	<b>7,309</b>	<b>984,118</b>

*Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Banten, 2022.*

Jika dilihat dari jumlah total keseluruhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kabupaten / Kota wilayah Provinsi Banten memiliki Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang begitu banyak. Jumlah UMKM terbanyak berada di Kota Tangerang dengan total mencapai 177 ribu, sementara jumlah UMKM terkecil berada di daerah Kabupaten Serang dengan total 29,791 ribu. Dalam penelitian ini peneliti lebih memfokuskan penelitian pada Kabupaten Serang. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Banten, jumlah UMKM Kabupaten Serang masih sangat sedikit jika di bandingkan dengan jumlah UMKM di Kabupaten/Kota lainnya padahal Kabupaten Serang memiliki banyak potensi untuk mengembangkan usaha. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti wilayah Kabupaten Serang.

Saat ini, salah satu persaingan bisnis terjadi sangat ketat pada bisnis yang bergerak dibidang kuliner khususnya UMKM. Hal ini dikarenakan pesatnya perkembangan bisnis pada bidang kuliner khususnya UMKM di berbagai kota termasuk di Kabupaten Serang. Banyak orang memilih berbisnis dibidang kuliner karena bisnis tersebut dianggap paling menguntungkan, karena pada dasarnya makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Perkembangan bisnis kuliner di Kabupaten Serang ditandai dengan semakin banyaknya jumlah bisnis kuliner baik yang berkonsep tradisional maupun modern di berbagai sudut Kabupaten Serang.



**Gambar 1.1. Grafik Produksi PT Bilvie Jaya Mandiri 2020-2022**

*Sumber : PT Bilvie Jaya Mandiri (Hasil Penelitian 15 Februari 2023)*

Pada tahun 2020 - 2022 PT Bilvie Jaya Mandiri mengalami kenaikan dan penurunan pada hasil produksinya. Hal ini terjadi karena strategi pemasaran yang dilakukan kurang optimal selain biaya bahan baku yang setiap tahunnya mengalami kenaikan harga hingga mengalami kenaikan dan penurunan dalam proses produksinya. Pada grafik di atas menunjukkan sebuah kenaikan dan penurunan hasil produksi setiap tahunnya. Pada grafik diatas pada tahun 2020 PT Bilvie Jaya Mandiri memiliki target produksi sekitar 1.300 kg setiap bulannya. Namun PT Bilvie Jaya Mandiri mampu produksi paling tinggi pada bulan Desember sekitar 1.150 kg. Pada tahun 2021 produksi meningkat sesuai target karena target tahun 2021 ialah 2.080 kg. selain itu, pada tahun 2022 produksi mengalami penurunan sehingga di bawah target, target tahun 2022 ialah di atas target tahun 2021 yaitu sebesar 2.200 kg.

Agar perusahaan semakin berkembang pada kondisi saat ini dan bisa memproduksi sesuai dengan target yang di tentukan, maka perlu alternatif strategi untuk pemasaran produknya. Dalam hal mencapai tujuan perusahaan, di lakukan penelitian untuk mengetahui serta mempelajari yang telah di jalankan untuk menemukan strategi yang tepat bagi perusahaan kondisi persaingan saat ini. Karena PT Bilvie Jaya Mandiri merupakan perusahaan yang cukup lama berdiri sehingga mampu menjadi perusahaan sekarang ini di wilayah Serang Banten. Maka dibutuhkan suatu rekomendasi yang terukur untuk penjualan sehingga dapat meningkatkan volume produksi. Walaupun pada dasarnya promosi sudah di lakukan sama dengan perusahaan yang bergerak di bidang yang sama seperti harga diskon, pemberian bonus untuk setiap pembelian produk Bilvie tertentu hingga pemasaran melalui sosial media. Tetapi penjualan tetap belum stabil sehingga mempengaruhi produksi yang mengalami kenaikan dan penurunan di tiga tahun terakhir ini, serta PT Bilvie Jaya Mandiri harus menghadapi beberapa pesaing terdekat seperti :

**Tabel 1.2. Daftar Pesaing Terdekat PT Bilvie Jaya Mandiri**

No.	Nama Perusahaan	Bidang Usaha	Produksi	Keterangan
1	PT. Bilvie Jaya Mandiri	Kuliner	<i>Prozen Food &amp; Snack</i>	-
2	CV. Makmur Sejahtera	Kuliner	Kerupuk Bakso ikan	Pesaing
3	Abon Lele Family Chudari	Kuliner	Abon Ikan Lele	Pesaing
4	Sate Bandeng Ibu Ichi	Kuliner	Sate Bandeng	Pesaing

Sumber : Peneliti (2023)

Untuk dapat memperhatikan bisnis serta menghadapi tantangan persaingan perlu diterapkan strategi yang paling tepat agar PT Bilvie Jaya Mandiri dapat bertahan di tengah persaingan, harus dilihat dari kondisi perusahaan yaitu dengan menganalisis faktor internal dan eksternal perusahaan tersebut. Analisis SWOT digunakan antara lain untuk menetapkan strategi dari perusahaan dalam upaya dan usahanya untuk mencapai tujuan dan agar dapat bersaing dari para pesaing yang ada di dalam suatu bisnis yang sejenis.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PT. BILVIE JAYA MANDIRI SERANG - BANTEN”**.

Penelitian ini akan menggunakan analisis SWOT, *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), *Threats* (Ancaman), dan analisis QSPM, analisis SWOT dipilih karena analisis ini sangat bermanfaat dalam proses perencanaan strategi, melalui analisis SWOT diharapkan perusahaan mampu memahami semua kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman perusahaan. Dengan begitu perusahaan dapat menyusun strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan pasar. Penelitian ini akan dilakukan dengan tahap - tahap sebagai berikut : analisis SWOT dibuat dengan cara mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal, untuk menentukan faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pertumbuhan penjualan pada PT Bilvie Jaya Mandiri.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Beberapa permasalahan yang muncul, dan dapat diidentifikasi oleh peneliti sebagai berikut :

1. Tidak menentunya jumlah produksi setiap bulannya.
2. Terbatasnya jumlah SDM atau karyawan yang bekerja.
3. Kurangnya efektivitas dalam mempromosikan produk.
4. Meningkatnya pesaing terdekat.
5. Tidak menentunya harga bahan baku (Ikan bandeng).

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Data yang digunakan untuk analisis adalah data produksi dari tahun 2020 - 2022.
2. Naik turunnya harga bahan baku sangat berpengaruh dalam penjualan produk.
3. Kenaikan harga dianggap berpengaruh terhadap penjualan produk PT Bilvie Jaya Mandiri.
4. Penelitian dilakukan di PT Bilvie Jaya Mandiri.

### **1.4. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana faktor internal dan eksternal dalam hal pemasaran produk di PT. Bilvie Jaya Mandiri ?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang efektif berdasarkan analisis SWOT dan analisis QSPM sehingga dapat meningkatkan volume penjualan ?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Melihat rumusan masalah di atas, maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis faktor internal dan eksternal dalam hal pemasaran produk PT. Bilvie Jaya Mandiri.
2. Untuk menentukan strategi pemasaran yang efektif berdasarkan analisis SWOT dan analisis QSPM sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Penulis, sebagai bahan peningkatan kemampuan dalam menganalisis masalah dan penerapan ilmu yang telah dipelajari.
2. Dapat memberikan tambahan referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian lebih lanjut.

3. Manfaat bagi manajemen bisnis adalah terciptanya strategi pemasaran yang sesuai dengan pasar atau segmen yang dituju untuk meningkatkan penjualan pada produk UMKM PT. Bilvie Jaya Mandiri.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut skripsi ini, maka materi-materi yang tertera pada skripsi ini di kelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, batasan operasional, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data penelitian.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak objek penelitian.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.