

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan batasan masalah.

1.1. Latar Belakang

Saat ini, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan jenis usaha yang sangat lazim ditemui di Indonesia. Hal ini dibuktikan melalui Santia (2020), UMKM yang terdaftar dan tersebar di seluruh penjuru negeri sekitar 64 juta usaha. Dalam peta persebarannya, provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi yang memiliki UMKM terbanyak di Indonesia. Melalui data Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Provinsi Jawa Tengah (2021), pada triwulan ketiga tahun 2021 terdapat sebanyak 172.498 unit usaha. Ratusan ribu unit usaha tersebut pun tersebar di seluruh provinsi dan salah satunya adalah Kabupaten Pemalang.

Kabupaten Pemalang memiliki banyak sekali UMKM yang terdaftar dan salah satu UMKM yang masih berdiri hingga sekarang adalah UMKM Dian Snack & Bakery. UMKM ini berlokasi di Jl. Melati Gg. Melati 1 RT 02 RW 03, Desa Banjardawa, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah dan bergerak di bidang pengolahan makanan berupa roti. UMKM ini memproduksi berbagai macam jenis roti seperti bolu kukus, *chiffon cake*, bolu meises, donat, roti kacang, roti pisang cokelat, roti nanas, roti vla, roti kelapa, roti cokelat, dan lain-lain dengan rentang harga dikisaran Rp3.000,00 hingga Rp60.000,00. Sistem penjualan yang mereka gunakan selama pandemi adalah sistem *Make To Order* (MTO). Untuk mempermudah penjualan, pemilik menetapkan beberapa paket yang tersedia antara lain: paket reguler, paket semi premium, paket premium, dan paket super premium. Penjelasan mengenai paket ini telah dijabarkan pada Tabel 1.1. berikut.

Tabel 1.1. Data Harga Paket Pemesanan

Jenis Paket	Harga	Keterangan
Reguler	Rp18.000,00	6 jenis roti dengan harga Rp3.000,00

Tabel 1.1. Lanjutan

Jenis Paket	Harga	Keterangan
Semi premium	Rp18.000,00	6 jenis roti dengan harga di rentang Rp3.000,00 hingga Rp4.000,00
Premium	Rp20.000,00	6 jenis roti dengan harga di rentang Rp3.000,00 hingga Rp4.000,00
Super Premium	Rp24.000,00	6 jenis roti dengan campuran roti di rentang harga Rp3.000,00 hingga Rp4.000,00 dan roti dengan harga Rp10.000,00

Pandemi COVID-19 sangat berdampak kepada ketidakstabilan penjualan UMKM (Hardilawati, 2020). Bank Indonesia dalam Saputra (2021) menyebutkan bahwa 87,5% UMKM telah terdampak oleh pandemi ini dan usaha sektor perdagangan telah menurun sebanyak 3,2%. Menurut Rosita (2020), dampak yang diberikan sangat signifikan kepada ekonomi Indonesia karena kesulitan bahan baku, pesanan menurun, kredit macet, dan akhirnya penjualan pun menurun.

UMKM Dian Snack & Bakery pun juga mengalami hal yang sama di masa pandemi ini. Pada tahun 2020, UMKM Dian Snack & Bakery dapat memproduksi hingga 3.900 buah roti per bulannya. Namun lambat laun, terutama setelah UMKM tutup selama satu bulan (selama bulan Januari 2021), penjualan UMKM mengalami penurunan. Berdasarkan wawancara dan analisa melalui data penjualan sejak Juni 2020 hingga Juni 2021, penjualan roti mengalami penurunan sebanyak 11% (23.723 roti sebelum tutup dan 21.091 roti setelah tutup). Penurunan ini dilengkapi dengan beberapa paket yang menurun seperti paket *semi premium* dari 3.372 roti menjadi 1.320 roti, *premium* dari 9.704 roti menjadi 6.718 roti, sobek mawar dari 1.406 roti menjadi 1.114 roti, dan pembelian eceran dari 2.246 roti menjadi 887 roti sedangkan paket *reguler* dan *super premium* mengalami kenaikan dari 5.940 roti menjadi 9.325 roti dan 1.325 roti menjadi 1.726 roti. Pada kasus UMKM Dian Snack & Bakery, penurunan penjualan ini berakibat kepada menurunnya profit UMKM sehingga kesulitan untuk masalah gaji karyawan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan pada poin sebelumnya, penjualan pada UMKM Dian Snack & Bakery mengalami penurunan penjualan sebanyak 11% dan kesulitan untuk menambah karyawan.

1.3. Tujuan

Dalam menyelesaikan permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah merancang solusi untuk meningkatkan minat beli konsumen potensial sampai dengan 10% namun tidak meningkatkan biaya secara signifikan dan hasil rancangan tidak memerlukan karyawan tambahan.

1.4. Batasan Masalah

Dalam merancang strategi peningkatan penjualan yang tepat, diperlukan beberapa batasan masalah agar tetap fokus kepada tujuan. Batasan masalah tersebut telah dijabarkan pada poin-poin berikut.

- a. Hasil rancangan berfokus kepada rancangan strategi promosi digital.
- b. Hasil rancangan penelitian ditargetkan kepada segmentasi pasar yang berusia di bawah 35 tahun.
- c. Penelitian menggunakan media berupa *Instagram* dalam mengimplementasikan strategi.

