

## BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan batasan-batasan masalah. Latar belakang berisi tentang hasil wawancara dengan pemilik UMKM serta permasalahan yang dialami. Rumusan masalah berisi tentang pengambilan masalah yang akan diteliti dalam penelitian. Tujuan penelitian berisi tentang *critical success factor* dari penelitian ini. Dan batasan masalah berisi tentang batasan-batasan yang terdapat dalam penelitian ini.

### 1.1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang banyak terdapat dan berkembang di Indonesia. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM RI, UMKM memiliki pangsa pasar sekitar 99,99% (62,9 Juta unit) dari semua pelaku usaha di Indonesia pada tahun 2017. Usaha dapat dikategorikan sebagai UMKM apabila memiliki aset maksimal Rp. 50 juta dan omzet maksimal Rp. 300 juta per tahun. Adapun bidang industri UMKM adalah kuliner, *fashion*, pendidikan, otomotif, agribisnis, dan lainnya.

Menurut data yang disajikan oleh BPS Provinsi Bali mengenai banyaknya rumah makan, terjadi peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2012 hingga 2021. Pada tahun 2021 terdapat 3.868 rumah makan yang terdapat di Bali, jumlah tersebut merupakan jumlah tertinggi dari tahun 2012. Hal tersebut menyebabkan persaingan antara rumah makan semakin ketat dan banyak rumah makan yang mengalami penurunan penjualan. Penurunan penjualan dapat menyebabkan suatu usaha menjadi sepi pengunjung hingga lama kelamaan akan bangkrut.

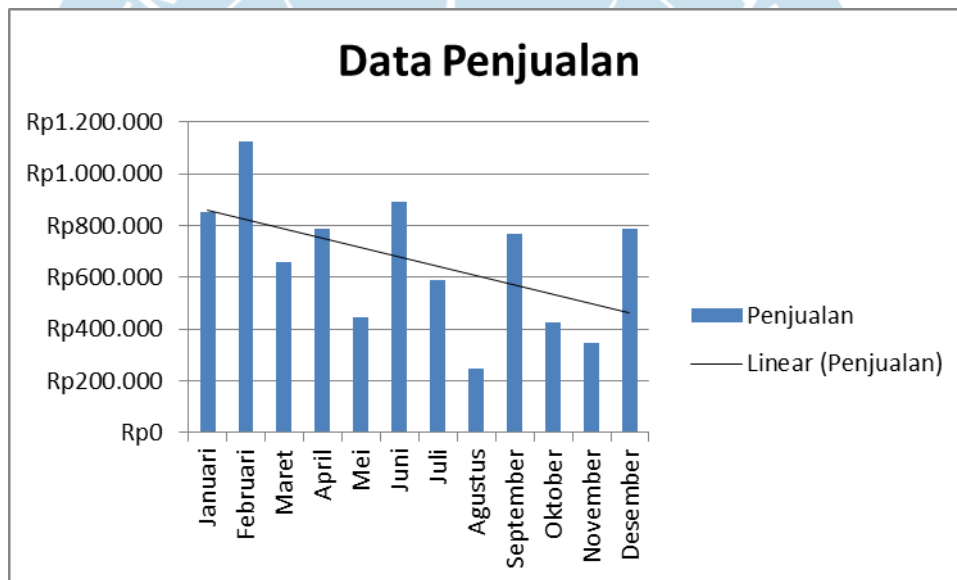
Menurut Swastha (2003), adapun faktor yang mempengaruhi volume penjualan yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal yakni berupa kondisi dan kemampuan penjual, modal, kondisi organisasi perusahaan, promosi. Sedangkan faktor eksternal yakni berupa kondisi pasar dan faktor lain.

Menurut Prilisa (2021), bidang usaha didirikan agar mendapatkan suatu keuntungan agar usaha tersebut dapat berkelanjutan. Untuk mendapatkan keuntungan tersebut, suatu usaha harus memiliki daya saing. Daya saing tersebut dapat berupa meningkatkan penjualan, menjaga kualitas, dan

meningkatkan pelayanan. Dalam meningkatkan penjualan, suatu usaha harus menetapkan suatu strategi promosi yang tepat.

UMKM X merupakan rumah makan yang berada di Denpasar, Bali dan berdiri sejak tahun 2020. Pada tahun 2021, UMKM X mulai berjualan di Jalan Tukad Badung No. 227, Renon. Lokasi UMKM berada di tengah-tengah pusat kota Denpasar dan sangat mudah dijangkau. UMKM X menawarkan menu berupa olahan daging babi seperti Iga Bakar dan Sate Babi. Selain olahan babi, menu yang ditawarkan juga bervariasi seperti Ayam Bakar, Ayam Goreng, dan Ikan Bakar serta minuman seperti Es Teh, Es Jeruk, dan *Soft Drinks*.

Masalah yang dialami UMKM X adalah penjualan yang menurun pada tahun 2021. Dapat dilihat pada Gambar 1.1.



**Gambar 1.1. Diagram Penjualan pada 6 Bulan Pertama**

Berdasarkan Gambar 1.1. terjadi penurunan penjualan selama satu tahun pada tahun 2021. Dapat dibuktikan pada *trendline* yang menurun dari bulan Januari hingga Desember.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan pengambilan data pada latar belakang, permasalahan yang terdeteksi adalah penjualan yang menurun.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang terdapat di UMKM X maka tujuan dari penelitian ini adalah merancang solusi untuk mengatasi permasalahannya penjualan yang menurun, di mana target konsumen dapat diidentifikasi dan dicatat. Dengan cara yang mudah diimplementasikan secara sederhana dan membatasi anggaran sebesar Rp. 500.000 per bulannya.

### **1.4. Batasan Masalah**

Batasan pada penelitian ini adalah :

- a. Menggunakan visi dan misi perusahaan saat ini.
- b. Hasil perancangan hanya berlaku untuk di media sosial saja

