

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

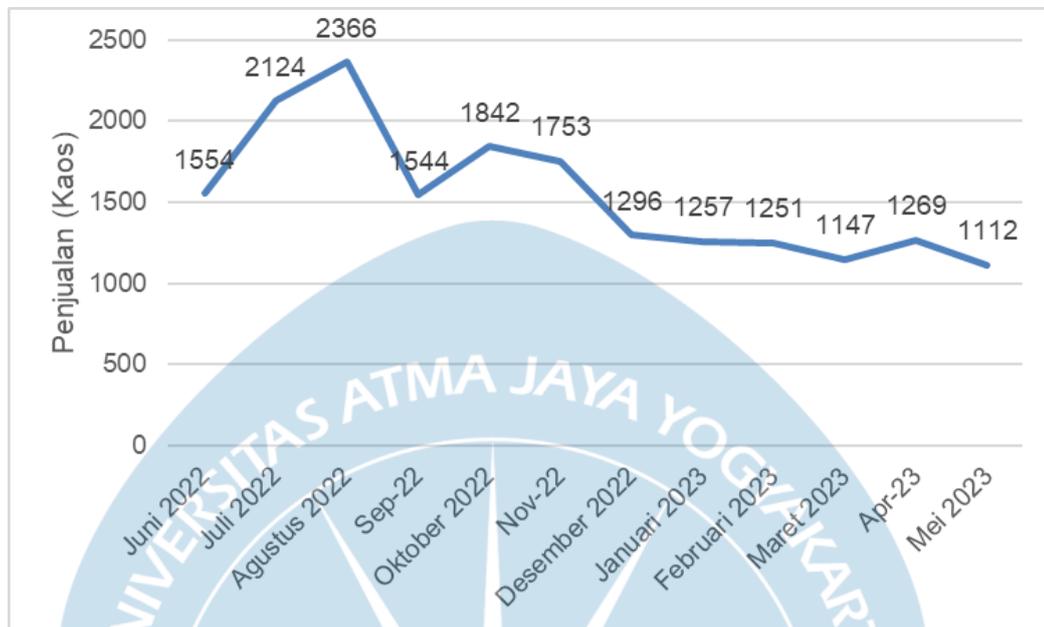
Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang memiliki peran penting bagi perekonomian di Indonesia karena memberikan sumbangan yang signifikan khususnya dalam pembentukan produk domestik bruto dan penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) pada bulan Maret 2021, terdapat sekitar 64,2 juta unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07% (Andi,2022). Dari jumlah tersebut, sebesar 60,3% adalah UMKM yang bergerak pada penjualan jasa dan barang.

Industri Konveksi Stronger Manufacture merupakan UMKM yang bergerak pada bidang barang/pakaian yang bertempat di Kelurahan Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. Konveksi Stronger Manufacture berawal dari usaha sablon manual yang dilakukan oleh pemilik usaha. Seiring waktu, usaha tersebut diperluas dengan memproduksi kaos, jaket, korsa, *sweater*, jersey, dan lain-lain. Produk utamanya adalah kaos dan pelanggan di Konveksi Stronger Manufacture yaitu perorangan dengan minimal order 10. Keunikan yang terdapat dalam penelitian ini adalah Konveksi melayani sampai dengan perancangan desain, karena sistem penjualan yang dilakukan dengan menggunakan strategi MTO (*Make To Order*)

Menurut Prilisa (2021), tujuan pendirian sebuah bidang usaha adalah untuk mencapai keuntungan yang dapat menjaga kelangsungan usaha tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut, usaha harus memiliki kemampuan bersaing. Kemampuan bersaing dapat ditingkatkan melalui peningkatan penjualan, menjaga kualitas produk atau layanan, serta meningkatkan penjualan strategi promosi yang tepat harus ditetapkan oleh usaha.

Pada tahun 2021, Konveksi Stronger Manufacture dapat memproduksi hingga 2.300 buah kaos per bulannya. Berdasarkan analisis data penjualan sejak Juni 2022 hingga Mei 2023, Konveksi Stronger Manufacture mengalami penurunan omset penjualan. Hal tersebut menyebabkan tidak tercapainya target penjualan.

Gambar 1.1 menjelaskan bahwa penjualan di Konveksi Stronger Manufacture dari bulan Juni 2022 hingga Mei 2023 kurang stabil untuk mencapai target.



Gambar 1.1. Grafik Penjualan UMKM Konveksi Stronger Manufacture

Berdasarkan Gambar 1.1., peneliti melakukan diskusi dengan pemilik ingin mengembalikan penjualan ke posisi semula setelah mengalami penurunan penjualan sebesar 15%.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan pada latar belakang, rumusan masalah pada penelitian ini adalah penjualan yang menurun di UMKM Stronger Manufacture.

1.3. Tujuan Penelitian

Dalam penyelesaian permasalahan yang terdapat di UMKM Konveksi Stronger Manufacture yaitu penurunan penjualan, maka tujuan dari penelitian ini adalah meningkatkan potensial pembelian melalui respon konsumen di media sosial sampai dengan 15%.

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini, yaitu:

- Pemilik Konveksi Stronger Manufacture tidak memberikan data konsumen.
- Data penelitian berasal dari data penjualan tahun 2021 – 2023.