

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pengembangan Industri Rumah Tangga (IRT) merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia (Nafisah, 2022). Industri Rumah Tangga tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional tetapi juga memiliki peran sosial yang kuat dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi ketidakseimbangan ekonomi di berbagai wilayah. Industri Rumah Tangga sering kali menjadi motor penggerak ekonomi di daerah pedesaan dan perkotaan kecil. Salah satu Industri Rumah Tangga yang berperan penting adalah Cemilk, yang berbasis di Kota Salatiga, Jawa Tengah, dan bergerak di sektor makanan dan minuman olahan.

Almond Milk by Cemilk merupakan sebuah Industri Rumah Tangga yang berlokasi di Kota Salatiga, Jawa Tengah, berada di kaki gunung Merbabu. Industri ini menghasilkan beragam makanan dan minuman olahan menggunakan berbagai bahan baku, salah satunya adalah almond. Cemilk didirikan pada tahun 2020. Saat ini, Cemilk telah mengembangkan beberapa produk, termasuk chiffon dan brownies, namun salah satu produk unggulannya adalah susu almond dengan berbagai variasi rasa. Produk susu almond ini dihasilkan dari proses produksi yang teliti dan menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi. Cemilk menghadirkan variasi rasa yang unik dan menarik untuk memenuhi selera konsumen, seperti rasa coklat, vanilla, kurma, dan masih banyak lagi. Keunggulan dari susu almond Cemilk adalah kandungan nutrisinya yang tinggi, rendah lemak jenuh, dan bebas kolesterol, sehingga cocok untuk konsumen yang peduli akan kesehatan. Selain itu, Cemilk juga berkomitmen untuk menggunakan bahan-bahan alami dan ramah lingkungan dalam proses produksinya, sehingga produknya tidak hanya enak dan sehat, tetapi juga bertanggung jawab terhadap lingkungan.

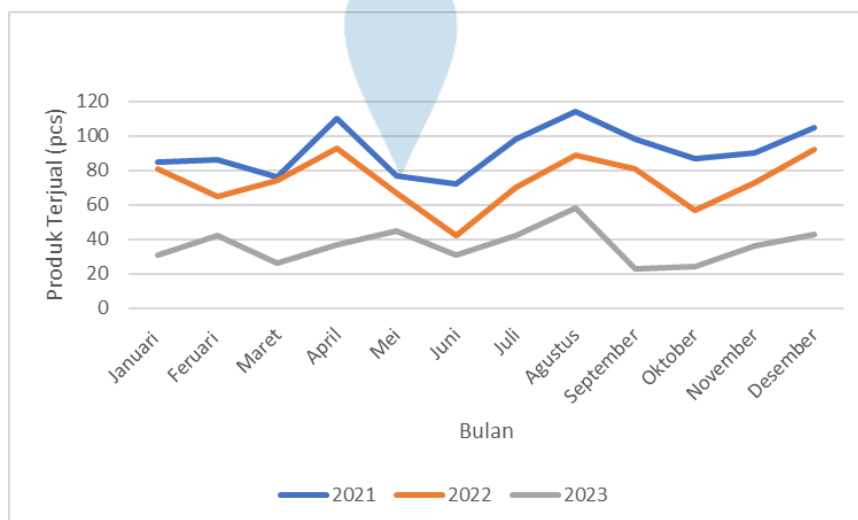
Meskipun Cemilk telah lama beroperasi sejak tahun 2020 dan memiliki produk berkualitas, permasalahan yang dihadapi saat ini adalah terkait *low sales* atau penjualan rendah yang merujuk pada situasi di mana suatu produk atau layanan tidak mencapai tingkat penjualan yang diharapkan atau diinginkan oleh perusahaan. Hal ini bisa menjadi masalah serius bagi perusahaan karena penjualan yang rendah dapat berdampak negatif pada pendapatan dan profitabilitas. Kondisi ini memiliki dampak ekonomi yang signifikan, seperti

penurunan keuntungan, biaya penyimpanan yang meningkat, dan risiko produk yang kadaluwarsa. Selama proses observasi berlangsung, ditemukan beberapa faktor yang mempengaruhi masalah penjualan yang rendah tersebut dapat terjadi. Cemilk telah menggunakan media sosial Instagram sebagai salah satu *channel* penjualan produk. Meskipun Instagram dapat menjadi platform yang efektif untuk mempromosikan produk kepada audiens yang luas, namun jika strategi promosi yang dilakukan tidak tepat atau tidak mencapai target pasar yang sesuai, hal ini dapat mengakibatkan penjualan yang rendah.

1.2. Penelusuran Masalah

Penelusuran masalah dalam konteks perancangan strategi pemasaran pada Industri Rumah Tangga Almond Milk by Cemilk untuk meningkatkan penjualan adalah proses identifikasi dan penggalian berbagai permasalahan kunci yang dihadapi oleh bisnis tersebut dalam mencapai tujuan penjualan yang lebih tinggi. Proses observasi untuk memperoleh data dan informasi yang dilakukan dengan proses wawancara dengan 3 *stakeholder* yaitu pemilik Industri Rumah Tangga, pelanggan, dan karyawan yang memahami secara mendalam aspek-aspek seperti kesadaran produk, distribusi, harga, promosi, persaingan, umpan balik pelanggan, kemampuan produksi, persediaan, dan kondisi keuangan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, permasalahan utama yang terjadi adalah penjualan produk Almond Milk yang masih tergolong rendah. Berikut adalah data penjualan untuk produk Almond Milk ukuran 1 liter dari 2021 hingga 2023.



Gambar 1.1. Penjualan Produk Almond Milk Tahun 2021 hingga 2023

Berdasarkan perspektif pemilik usaha, terdapat beberapa permasalahan terkait penjualan rendah produk *Almond Milk*, salah satunya adalah kurangnya konsistensi dalam melakukan promosi *online* melalui Instagram. Meskipun promosi pernah dilakukan, namun tidak dilakukan secara rutin, sehingga efektivitasnya terpengaruh. Selain itu, pemilik usaha juga mencatat bahwa penjualan produk *Almond Milk* mengalami penurunan mulai tahun 2022 hingga 2023, setelah mengalami peningkatan saat tahun 2021 yang masih dalam masa pandemi COVID-19. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun produk ini awalnya diminati pada masa pandemi, namun penjualannya menurun setelah situasi mulai membaik.

Berdasarkan perspektif karyawan, terungkap juga bahwa penjualan produk *Almond Milk* masih rendah. Faktor-faktor yang memengaruhi stagnasi ini belum dapat diidentifikasi sepenuhnya, terdapat kendala terkait keahlian khusus dalam melakukan promosi. Karyawan yang bertanggung jawab untuk promosi mungkin tidak memiliki keahlian khusus dalam pemasaran digital atau promosi *online*. Selain itu, karyawan juga menghadapi keterbatasan sumber daya, baik itu dalam hal waktu, anggaran, atau personel. Kurangnya pelatihan yang memadai untuk mendorong penjualan produk *Almond Milk* juga menjadi faktor yang memengaruhi kemampuan karyawan dalam melakukan promosi secara efektif.

Wawancara juga dilakukan dengan 3 konsumen yang berada di daerah Kota Salatiga, Semarang, dan sekitarnya. Pemilihan konsumen dilakukan secara random yang berdomisili di Salatiga. Ketiga konsumen ini mengungkapkan bahwa produk *Almond Milk* kurang dikenal di pasaran. Konsumen belum pernah mendengar tentang produk ini sebelumnya. Konsumen juga merasa kurang mendapatkan informasi yang cukup tentang produk *Almond Milk*, sehingga tidak memiliki pemahaman yang jelas tentang apa yang produk ini tawarkan. Selain itu, beberapa konsumen lebih memilih produk sejenis dari pesaing Industri Rumah Tangga Cemilk yang lebih dikenal, menunjukkan bahwa produk *Almond Milk* mungkin kalah dalam persaingan di pasar. Penelusuran masalah ini menggambarkan bahwa terdapat tantangan yang signifikan dalam memasarkan produk *Almond Milk*.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, permasalahan yang dialami oleh Industri Rumah Tangga Cemilk ini adalah *low sales* atau

rendahnya tingkah penjualan untuk produk Almond Milk yang menyebabkan menumpuknya stok produk jadi yang ada di gudang.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan Tugas Akhir ini adalah untuk melakukan upaya-upaya yang dapat meningkatkan penjualan produk Almond Milk by Cemilk sebesar 10%.

1.5. Batasan Tugas Akhir

- a. Observasi yang dilakukan pada konsumen dilakukan secara *online* dikarenakan target pasar yang cukup luas
- b. Pengumpulan data untuk aktivitas media sosial dimulai pada Januari 2024 hingga Maret 2024.

