

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut data (Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil 2021) diketahui jumlah penduduk di Indonesia adalah 273 juta jiwa, mempunyai peran begitu besar dalam menumbuhkan ekonomi, yaitu menyeimbangkan perekonomian, mengurangi kemiskinan, membuka peluang kerja baru dan dapat menyumbangkan devisa negara. Pertumbuhan sektor UMKM biasanya sering menjadi salah satu indikator keberhasilan pembangunan terutama bagi negara-negara dengan pendapatan per kapita rendah. Menurut data (Kementerian Koperasi dan UKM 2021) di Kepulauan Riau sendiri tercatat 112.421 UMKM yang telah terdaftar, terkhusus di Tanjungpinang berjumlah 19.993 UMKM. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa perekonomian di Kepulauan Riau didominasi oleh para pelaku UMKM. Hal ini menandakan bahwa UMKM menjadi salah satu usaha utama bagi masyarakat Kota Tanjungpinang. Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran begitu besar dalam menumbuhkan ekonomi, yaitu menyeimbangkan perekonomian, mengurangi kemiskinan, membuka peluang kerja baru dan dapat menyumbangkan devisa Negara. Pertumbuhan sektor UMKM biasanya sering terjadi salah satunya indikator keberhasilan pembangunan terutama bagi negara-negara dengan pendapatan per kapita rendah.

Pandemi covid-19 yang dirasakan saat ini merupakan akar masalah dari pada anjloknya sektor UMKM yang ada di Indonesia terutama industri kecil dilihat

dari Tingkat perkembangan sektor industri di Indonesia pada tahun triwulan I tahun 2022 masih relative rendah pada angka dibawah 3.77% dikutip dari kemenperin.go.id padahal dilansir dari sumber yang sama sebelum pandemic mampu tumbuh menunjukkan sekitar 7 persen hingga 9 persen.

Kota Tanjungpinang juga merupakan kota yang memiliki persaingan yang cukup ketat pada produk makanan mulai dari makanan ringan maupun makanan berat, terkhusus kerupuk olahan gonggong berdasarkan hasil observasi dilapangan tercatat ada 7 usaha sejenis dengan produk yang sama sebagai berikut .

**Tabel 1.1**  
**Nama Usaha Kerupuk Gonggong**

| No | Nama Usaha                                 |
|----|--|
| 1  | Kerupuk Sigong                             |
| 2  | Oleh-oleh Kepulauan Riau                   |
| 3  | Pusat Oleh-Oleh Tanjungpinang “Al Mubaraq” |
| 4  | Oleh-Oleh Khas Tanjungpinang               |
| 5  | UMKM Tanjungpinang                         |
| 6  | Fartina                                    |
| 7  | CemilanZamanNow                            |

Sumber : Pengamatan peneliti, 2022

Dapat di lihat dari tabel 1.1 semakin banyaknya usaha kerupuk gonggong yang ada di kota Tanjungpinang meunjukkan bahwa pesaing usaha sejenis semakin ketat. Menurut pemilik usaha kerupuk Gonggong dengan bermuculan usaha serupa di bidang kerupuk Gonggong membuat pesaing semakin banyak sehingga menuntut usahanya perlu memikirkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing agar dapat bertahan.

Kota Tanjungpinang merupakan kota yang memiliki persaingan yang cukup ketat pada produk makanan ringan maupun berat, khususnya kerupuk olahan gonggong berdasarkan hasil observasi di lapangan tercatat ada 7 usaha sejenis

dengan produk yang sama. Hal tersebut dapat di lihat pada data penjualan usaha kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang sebagai berikut.

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang 2021**

| BULAN     | JUMLAH PENJUALAN / BULAN |
|-----------|--------------------------|
| JULI      | 130 PCS                  |
| AGUSTUS   | 125 PCS                  |
| SEPTEMBER | 130 PCS                  |
| OKTOBER   | 126 PCS                  |
| NOVEMBER  | 125 PCS                  |
| DESEMBER  | 140 PCS                  |

Sumber : Pemilik kerupuk CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang tahu 2021

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat terjadinya fluktuasi jumlah penjualan kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki selama 6 bulan terakhir pada tahun 2021. Menurut pak Bonak Chandra, hal tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu jumlah pesaing yang sama di miliki bisnis serupa dan sifatnya alamiah konsumen untuk menukar selera. Selain faktor-faktor ini, peneliti berpendapat dimana ada faktor-faktor lain yang sekiranya memiliki pengaruh akan strategi yang di lakukan CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

CV. Kyria rezeki merupakan usaha aneka kerupuk olahan hasil laut yang ada di Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau adalah CV. Kyria rezeki yang dipimpin langsung oleh Bapak Bonak Chandra, Produk/Kerupuk Gonggong daripada CV. Kyria Rezeki dipasarkan ke sebagian besar Rumah Makan yang ada di TanjungPinang dan Bintan, CV. Kyria Rezeki merupakan 1 dari 19.993 UMKM yang terdampak pandemi covid-19, tentunya dibutuhkan Kreatifitas, inovasi dan strategi untuk menghadapi dampak dari pada pandemi covid-19 hari ini.

Strategi yang relevan digunakan oleh CV. Kyria Rezeki yaitu dengan melihat Strategi Analisis SWOT Mengutip Hasil Penelitian (Farizan Renaldi, 2019) didapati bahwa *Strenght*/(Kekuatan) CV. Kyria Rezeki kota Tanjungpinang mempunyai strategi karena kerupuk itu disukai di Tanjungpinang dan potensi penjualan yang menguntungkan di karenakan Mayoritas masyarakat Indonesia memiliki kebiasaan konsumsi kerupuk sehari-hari, dan tuntutan mereka akan terus menciptakan peluang pasar yang cukup besar bagi pertumbuhan bisnis pengelolaan kerupuk salak di masa mendatang. Harga jual produk akan tetap konstan untuk memungkinkan pertumbuhan bisnis jangka panjang yang berkelanjutan dengan manajemen yang baik.

Adapun *Weaknessess* (Kelemahan) CV. Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang juga menghadapi persoalan ketidakmampuan untuk memenuhi permintaan produk dalam jumlah besar karena penggunaan peralatan manufaktur yang masih relatif sederhana, sulitnya saluran distribusi produk karena mahal biaya dan kurangnya mitra yang dapat menjualnya ke luar daerah. Dengan distribusi sederhana dengan biaya murah, infrastruktur pendukung yaitu pemanfaatan listrik yang sangat penting untuk pengolahan kerupuk, pengepakan, dan penimbunan bahan baku bantuan permodalan, mitra bisnis yang dapat diterima, dan pertumbuhan perusahaan di masa depan.

Mengenai *Opportunity*/(Peluang) CV. Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang yang di hadapi Permintaan dari masyarakat yang masih kuat, membuka peluang pasar yang cukup besar bagi pengembangan usaha pengolahan kerupuk ikan di masa mendatang. Selain itu, harga jual produk yang stabil, memungkinkan

pengelolaan dan penggunaan pendapatan untuk mengembangkan bisnis permanen yang lebih besar. Terakhir, ada bank dan koperasi yang bersedia memberikan kredit untuk pengembangan usaha kerupuk ikan skala rumah tangga di masa mendatang.

Tidak hanya memikirkan peluang saja tetapi perusahaan harus berfikir sebuah ancaman agar perusahaan bisa mengantisipasi demi keberlangsungan perusahaan tersebut. adapun *Threats*/(Ancaman) CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang juga memiliki hambatan yang memiliki implikasi dan resiko yang cukup serius yakni bahan baku gonggong di dapati dari nelayan yang pada bulan oktober sampai april agak sulit, Selain persaingan pasar yang kurang kondusif yang menimbulkan permasalahan yang berdampak pada masyarakat, kondisi cuaca yang dapat mempengaruhi produksi produk antara lain penggunaan sinar matahari yang sangat menentukan dalam proses produksi karena dapat mengurangi jumlah produksi dan pendapatan yang diperoleh dengan cara ini. bisnis kerupuk kulit. serta konsumen yang peka terhadap harga, baik pada saat timbul masalah atau kenaikan harga produk, maupun proses produksi yang mengurangi penerimaan dan penggunaan teknologi baru dalam produksi yang kompetitif yang tidak dapat diimbangi dengan menguraikan usaha pengolahan aneka olahan kerupuk seafood pada medium- industri skala.

Dari keempat dari analisis yang telah di sebutkan di atas dapat memberikan gambaran mengenai keberadaan atau pengembangan usaha kerupuk gonggong yang di lakukan oleh CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang mengenai produk yang di hasilkan sehingga produk sudah di kenal oleh para konsumen.

Penggunaan sinar matahari, yang sangat penting dalam proses produksi karena dapat menurunkan jumlah output dan uang yang dihasilkan dengan cara ini, adalah kondisi cuaca lain yang dapat mempengaruhi produksi produk selain persaingan pasar negatif yang menyebabkan masalah yang mempengaruhi masyarakat. Dengan semakin banyaknya usaha mendorong pelaku usaha untuk memikirkan strategi khusus dalam usahanya agar bisa bersaing dengan yang lain oleh karena itu Usaha atau industri hanya dapat bertahan dalam kondisi apapun Apabila Pengusaha memiliki kemampuan membaca juga melakukan akses peluang-peluang pasar yang memiliki potensi dan memiliki prospek cerah. Agar dalam memasarkan produk terus berkembang dan ikut maju, baik diperhatikan dari segi diversifikasi produk, kualitas, maupun pasar. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan pengetahuan dan keterampilan pengusaha yang inovatif didukung akses terhadap informasi pasar yang luas juga dapat melibatkan masyarakat yang memiliki peran khususnya agar terbantunya pemasaran, produksi dan lain-lain.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, maka penulis tertarik dan bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi SWOT Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Kerupuk Gonggong Di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang Varian Jenis Produk Sedikit

2. Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang Proses Produksi Lama
3. Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang Susahnya Saluran Pendistribusian Produk
4. Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang Perubahan Selera Konsumen

### **1.1 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Analisis Strategi SWOT dalam meningkatkan volume penjualan Pada Usaha kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang”.

### **1.2 Pembatasan Masalah**

Dengan mempertimbangkan masalah yang ada, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini dengan fokus mengkaji Analisis Strategi SWOT dalam meningkatkan volume penjualan Pada Usaha kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis strategi SWOT dalam meningkatkan volume penjualan Usaha kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka hasil penelitian diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang Analisis strategi SWOT dalam meningkatkan volume penjualan Pada Usaha Gonggong serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program strata satu (S1) sarjana Manajemen.
2. Bagi UKM (Usaha Kecil dan Menengah) yang bersangkutan, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan untuk mengembangkan usaha di masa yang akan datang, mengenai strategi swot apa yang paling tepat digunakan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya.
4. Hasil penelitian ini diharapkan menambah perbendaharaan kepustakaan Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang, khususnya Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen, sehingga dapat digunakan sebagai referensi, bahan acuan, dan tambahan bagi peneliti-peneliti dimasa yang akan datang untuk meneliti lebih lanjut

#### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang jelas dan sistematis bagi pembaca dalam memahami ini. Masing-masing bab secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pertama ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan masalah dan manfaat penelitian, batas penelitian serta sistematika penelitian.

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

Bab kedua didalamnya mengemukakan serta menjelaskan tentang hal-hal yang mendasari penelitian ini yang terdiri dari teori-teori ilmu pengetahuan yang ada hubungannya dengan permasalahan penelitian ini, hasil-hasil penelitian terdahulu serta hipotesis penelitian yang memberikan gambaran yang akan diteliti.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ketiga menjelaskan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel perusahaan yang diteliti, jenis dan sumber data yang akan dipakai, metode pengumpulan data serta metode analisa data.

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

Bab keempat memuat tentang hasil Penelitian (analisa data), pengujian asumsi klasik serta pembahasan teoritik baik secara kualitatif dan statistik.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab kelima berisi tentang kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah, serta berisi tentang saran dan keterbatasan penelitian.