

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia bisnis saat ini terus meningkat ditandai dengan banyaknya industri manufaktur maupun jasa yang bermunculan sehingga mengakibatkan tingkat persaingan di dunia bisnis menjadi sangat ketat. Tujuan setiap usaha adalah untuk mendapatkan keuntungan dengan meningkatkan omzet perusahaan agar perusahaan terus berkembang. Salah satu cara yang bisa dilakukan agar tujuan tersebut tercapai adalah dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat.

Provinsi Kepulauan Riau merupakan salah satu provinsi maritim yang berbatasan langsung dengan Negara tetangga seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, dan Kamboja. Hal tersebut menjadikan Provinsi Kepulauan Riau memiliki peran dalam lalu lintas perdagangan bisnis dunia. Ibukota Provinsi Kepulauan Riau adalah Kota Tanjungpinang. Kota ini terletak di Pulau Bintan. Pulau Bintan memiliki potensi yang besar dalam sumber daya lautnya. Potensi tersebut dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sebuah peluang usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebuah usaha yang dibangun oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil yang digolongkan berdasarkan jumlah nominal kekayaan, aset, karyawan dan nominal omzet per tahunnya. UMKM berperan penting dalam menyejahterakan masyarakat.

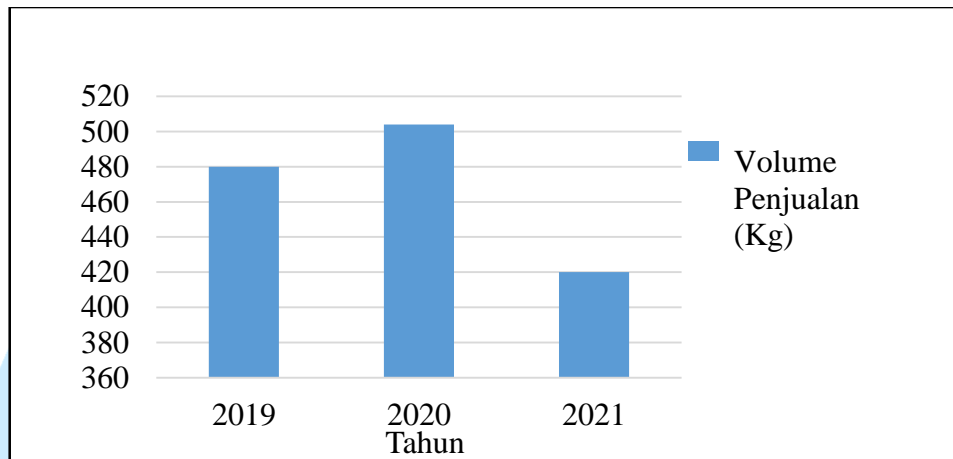
Setiap pemilik UMKM tentunya ingin usaha yang dibangun dapat berkembang maju dan tidak ingin mengalami kebangkrutan.

Ada salah satu UMKM di Kelurahan Air Raja yang ingin usahanya menjadi lebih maju kedepannya. Usaha itu adalah usaha *Snack* Hayen milik Ibu Sri Dewi Haryanti. Ibu Sri Dewi Haryanti yang biasa dipanggil dengan nama Ibu Yanti memiliki usaha *Snack* Hayen yang merupakan hasil olahan yang berbahan baku tepung ketan, telur, gula, dan penyedap rasa yang kemudian diproduksi dengan 3 rasa yang berbeda yaitu, Rasa Gonggong, Rasa Keju, dan Rasa Ugang. Ugang yang Ibu Yanti gunakan biasanya adalah udang ebi atau terkadang memakai udang ronggeng, udang ronggeng ini yang menjadi salah satu keunikan dari *Snack* Hayen milik Ibu Yanti. Usaha berbasis *home industry* ini terletak di Perumahan Grand Pesona Mutiara, Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur.

Ibu Yanti sudah merintis usaha ini sejak tahun 2011. Sejak itu Ibu Yanti selalu menjaga kualitas produk agar dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Namun ada sebuah permasalahan yang sering terjadi, yaitu penjualan *Snack* Hayen yang tiap bulannya mengalami penurunan. Menurunnya penjualan *Snack* Hayen Ibu Yanti ini mungkin disebabkan karena kurangnya pemasaran yang dilakukan, serta adanya persaingan dalam berusaha. Selama ini pemasaran hanya dilakukan secara online di media sosial tanpa adanya promosi yang menarik, dan juga Ibu Yanti tidak meletakkan penjualan produk pada toko-toko yang banyak dikenal orang, tetapi Ibu Yanti hanya meletakkan penjualan produk pada toko-toko tertentu saja. Saat ini ada 5 pesaing dengan berbagai macam produk serupa yang menghambat penjualan *Snack* Hayen milik Ibu Yanti. Persaingan tersebut mengakibatkan

terjadinya fluktuasi pada volume penjualan. Hal tersebut dapat dilihat pada data penjualan *Snack* Hayen Ibu Yanti pada Tahun 2019-2021 sebagai berikut:

**Gambar 1.1**  
**Data Penjualan Snack Hayen Ibu Yanti**  
**Tahun 2019 - 2021**



*Sumber : Pemilik Snack Hayen Ibu Yanti Kota Tanjungpinang 2019 – 2021*

Pada Gambar 1.1 di atas terlihat bahwa jumlah penjualan *Snack* Hayen dari tahun 2019 – 2021 mengalami penurunan. Pada tahun 2019 total penjualan sebanyak 480 kg. Kemudian pada tahun 2020 penjualan mengalami kenaikan menjadi 504 kg. Selanjutnya pada tahun 2021 penjualan mengalami penurunan drastis menjadi 420 kg. Dapat disimpulkan bahwa penurunan penjualan produk dalam beberapa tahun belakangan ini dikarenakan adanya beberapa faktor internal maupun faktor eksternal, dan juga salah satu faktor penyebab menurunnya penjualan ini dikarenakan adanya pandemi COVID-19.

Strategi Pemasaran adalah suatu bentuk rencana yang berperan untuk membawa perusahaan kearah yang lebih baik dalam mencapai tujuan. Sebuah usaha akan gagal dalam mencapai tujuannya apabila tidak tepat dalam menjalankan strategi pemasaran, karena pemasaran sangat berpengaruh terhadap kesuksesan

sebuah usaha. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan dan menentukan strategi pemasaran usaha *Snack* Hayen Ibu Yanti di Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur dengan menggunakan metode analisa *Strength, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT) dan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

SWOT adalah singkatan dari kata *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan) internal dari perusahaan, sedangkan *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (hambatan/ancaman) eksternal perusahaan. SWOT adalah alat untuk menganalisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan serta mengidentifikasi faktor eksternal (kendala dan peluang) perusahaan di masa depan.

Sedangkan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk memprioritaskan strategi pemasaran berdasarkan analisa strategi sebelumnya untuk memutuskan alternatif strategi yang tepat atau terbaik sesuai dengan kondisi perusahaan. QSPM digunakan untuk mengevaluasi penerapan dan keberlanjutan pendekatan yang disarankan ketika mereka mengekspos ke kondisi keliling yang tersedia (Siregar, 2020).

Penelitian tentang analisis SWOT dan Metode QSPM ini pernah dilakukan oleh peneliti lain yaitu Sanjaya (2020), yang berjudul Analisis SWOT dalam Penentuan Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Penjualan Mesin Diesel Studi pada Toko Sinar Teknik Kutoarjo. Hasil identifikasi SWOT Toko Sinar Teknik Kutoarjo yaitu dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dan juga mengetahui alternatif strategi yang dapat dipakai oleh perusahaan. Adapun perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian ini yaitu

pertama, subjek dan objek penelitian. Peneliti terdahulu meneliti mesin diesel sedangkan penelitian ini meneliti *Snack* Hayen Ibu Yanti. Kedua, lokasi penelitian. Penelitian terdahulu melakukan penelitian di Kabupaten purworejo, sedangkan penelitian ini dilakukan di Kota Tanjungpinang. Dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini, terdapat kesamaan konsep penelitian dan tujuan penelitian.

Siregar (2020), juga meneliti tentang analisis SWOT dan metode QSPM yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran menggunakan metode SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) Studi Kasus Toko Cahaya Fajar. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa hasil dari analisis IFE (*Internal Faktor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Faktor Evaluation*) mempengaruhi strategi pemasaran tas di Toko Cahaya Fajar, hasil analisis SWOT menghasilkan delapan alternatif strategi yang dapat dipilih perusahaan, dan hasil analisis matrix QSPM terdapat satu alternatif strategi yang diprioritaskan diterapkan perusahaan dari delapan alternatif strategi. Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian Siregar (2020), yakni pertama, subjek dan objek penelitian. Penelitian terdahulu meneliti pada Tas Toko Cahaya Fajar sedangkan penelitian ini meneliti *Snack* Hayen Ibu Yanti. Kedua, lokasi penelitian. Penelitian terdahulu melakukan penelitian di pekanbaru, sedangkan penelitian ini dilakukan di Kota Tanjungpinang. Namun terdapat juga kesamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu konsep penelitian dan tujuan penelitian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti strategi pemasaran pada Usaha *Snack* Hayen milik Ibu Yanti di Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul

**“Analisis Strategi Pemasaran menggunakan Metode SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) (Studi Usaha *Snack* Hayen Ibu Yanti di Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur, Kota Tanjungpinang)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah :

1. Dalam beberapa tahun belakangan ini, penjualan produk *Snack* Hayen Ibu Yanti mengalami penurunan.
2. Persaingan usaha mengakibatkan volume penjualan *Snack* Hayen Ibu Yanti mengalami penurunan yang akan menghambat berkembangnya sebuah usaha.
3. Kurang optimalnya perusahaan dalam melakukan strategi pemasaran untuk menaikkan volume penjualan.

## **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apa saja faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran di Usaha *Snack* Hayen Ibu Yanti di Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur?
2. Bagaimana strategi pemasaran dengan menggunakan pendekatan metode *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat* (SWOT) pada Usaha *Snack* Hayen Ibu Yanti di Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur?

3. Strategi apakah yang paling tepat guna meningkatkan volume penjualan pada Usaha *Snack* Hayen Ibu Yanti di Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur?

#### **1.4 Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah dalam penelitian ini dibuat agar pembahasan lebih terarah pada sasaran dan tidak terjadi pembahasan yang berlarian dan menyimpang terlalu jauh. Maka masalah dalam penelitian ini diberi batasan-batasan sebagai berikut :

1. Penelitian hanya dilakukan pada Usaha *Snack* Hayen Ibu Yanti Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur.
2. Penelitian dilakukan dengan melakukan metode SWOT, dan QSPM pada Usaha *Snack* Hayen Ibu Yanti Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur.
3. Penelitian ini hanya mengkaji strategi pemasarannya saja, dan menganalisis strategi apa yang lebih tepat untuk diterapkan pada pemasaran Usaha *Snack* Hayen Ibu Yanti Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur dengan data-data faktor internal dan eksternal.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran di Usaha *Snack* Hayen Ibu Yanti di Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur.

2. Untuk mengetahui strategi pemasaran dengan menggunakan metode *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat (SWOT)* pada Usaha *Snack Hayen Ibu Yanti* di Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur.
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan volume penjualan pada Usaha *Snack Hayen Ibu Yanti* di Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti
  - a. Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengembangkan kemampuan dan keterampilan dalam mengidentifikasi, menganalisis, menentukan alternatif strategi dan memilih alternatif strategi yang paling tepat serta dapat menambah wawasan tentang strategi pemasaran berdasarkan metode SWOT dan QSPM.
  - b. Penelitian ini merupakan sebagai salah satu persyaratan bagi peneliti dalam menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
2. Bagi Pemilik Usaha  
Penelitian ini dapat memberi masukan dan pertimbangan mengenai strategi pemasaran usaha untuk meningkatkan pemasaran, sehingga sebuah usaha akan cepat berkembang apabila menggunakan metode yang terukur. Penulis berharap agar usaha *Snack Hayen Ibu Yanti* Kelurahan Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur akan semakin berkembang.



### 3. Bagi Akademisi dan pembaca

Hasil penelitian ini dapat menambah referensi kepustakaan dan dapat dijadikan sebagai sumber literatur ataupun bahan bacaan serta perbandingan untuk penelitian serupa pada periode mendatang.

## 1.7 Sistematika Penelitian

Dalam sistematika penelitian ini, diharapkan dapat menjadi tinjauan dan memberikan gambaran yang sistematis untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini. Skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis, dengan uraian sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Meliputi uraian tentang latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan pembahasan tentang landasan teori yang relevan terkait dengan topik permasalahan penelitian ini. Teori-teori yang didapat akan menjadi landasan bagi penulis untuk melakukan pembahasan dan pengambilan kesimpulan mengenai topik/judul penelitian. Konsep dari hasil penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai tinjauan pustaka, serta terdapat kerangka pemikiran.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bagian ini terdiri dari objek dan ruang lingkup penelitian, metode penelitian, metode penentuan populasi dan sampel, metode

pengumpulan data, reduksi data, sumber data penelitian, informan penelitian, metode pengolahan dan analisis data.

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

Dalam bab IV ini, berisi penguraian tentang cara pengambilan data dan pengolahan data, analisis dan hasilnya.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bab terakhir ini dijelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian berdasarkan rumusan masalah. Selain itu, juga berisi saran dan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini.

