

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam jenis kuliner makanan, yang dapat dijadikan sebagai dasar pengembangan industri makanan. Bisnis kuliner di Indonesia merupakan salah satu bisnis yang saat ini berkembang cukup pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki peluang yang besar dalam bisnis ritel makanan, yang menjadi keunggulan bagi negara ini. Dari Sabang sampai Merauke kita bisa menemukan kuliner-kuliner makanan tradisional di Indonesia, salah satu makanan kuliner makanan yang sering kita jumpai adalah martabak.

Di Indonesia martabak merupakan salah satu makanan yang cukup digemari oleh kalangan masyarakat. Makanan dengan ciri khas yang manis dan gurih ini sangat cocok di lidah kebanyakan masyarakat Indonesia, baik muda maupun tua. Bahan dasar dari martabak sendiri adalah telur dan tepung kemudian di taburi dengan berbagai varian rasa yang menambah daya tarik masyarakat. Di Indonesia martabak ini dapat ditemui di daerah mana saja, sehingga mudah ditemukan oleh siapa pun.

Menurut Rohaeni (2022:15), UMKM adalah bentuk usaha perdagangan yang dikelola oleh seorang atau kelompok yang bertujuan untuk mencari keuntungan, membuka lapangan pekerjaan serta berkontribusi pada peningkatan ekonomi negara. Pada masa kini setelah pandemi berlalu membuat persaingan yang semakin tinggi di antara pelaku UMKM Martabak. Persaingan yang semakin tinggi membuat para pelaku UMKM martabak berlomba-lomba mengembangkan ide dan inovasi serta kreativitas untuk menarik minat konsumen. Para pelaku UMKM berupaya untuk

memberikan nilai tambah dan daya tarik yang unik agar bisa bersaing di pasar yang kompetitif tersebut.

Salah satu UMKM yang menerapkan strategi pemasaran dalam memasarkan dan menjual produk nya adalah UMKM Martabak Acil Gama. UMKM ini didirikan pada tahun 2003 dengan tujuan untuk mencari keuntungan dan membuka lapangan pekerjaan.

Saat ini, persaingan yang tinggi di berbagai sektor bisnis menuntut manajemen umkm untuk mencari strategi khusus guna menciptakan keunggulan bersaing. Hal ini bertujuan agar umkm dapat berada di posisi teratas dan mampu mempertahankan posisinya tersebut. Salah satu umkm yang harus mempertahankan dan mengembangkan strategi bisnisnya agar dapat tetap bersaing yaitu UMKM Martabak Acil Gama. Dengan berinovasi dan menghadirkan nilai tambah, UMKM ini berupaya memenangkan persaingan di pasar martabak.



**Gambar 1.1 Lokasi Pesaing UMKM Martabak Acil Gama**

Sumber : [google.com/maps](https://www.google.com/maps)

**TABEL 1.1**  
**DATA PESAING UMKM MARTABAK ACIL GAMA**

No	Nama UMKM	Lokasi
1	Martabak Lucky	Bojong Koneng
2	Martabak MM Cikutra	Cikutra
3	Martabak Tiktok Bandung Cikutra	Cikutra
4	Martabak Legit	Cikutra
5	Martabak dan Roti Bakar Capino 1	Cikutra

*Sumber* : Observasi Peneliti, 2023

Agar dapat bersaing dengan persaingan yang ketat dalam pemasaran Martabak, pemilik UMKM Martabak harus memahami kekuatan dan kelemahan usahanya maupun dari usaha-usaha lain, baik yang menjual produk makanan yang sama maupun tidak. Dalam persaingan ini, hal ini akan membantu pemilik UMKM dalam mengenali usaha dan memanfaatkan setiap peluang yang ada atau meminimalkan resiko ancaman persaingan sehingga usahanya terlihat lebih unggul dibandingkan dengan usaha pesaing. Oleh karena itu, perencanaan bisnis yang akurat sangat dibutuhkan untuk memusatkan perhatian pada posisi bisnis tersebut, mengetahui arah usaha tersebut, bagaimana mencapainya, serta tindakan apa yang perlu dilakukan agar dapat memaksimalkan kekuatan dan merebut peluang yang ada. Selain perencanaan, analisis bisnis juga diperlukan untuk mendukung keberhasilan perencanaan tersebut. Analisis SWOT dan Analisis QSPM biasanya digunakan oleh suatu badan usaha untuk melakukan analisis.

Teknik analisis SWOT mampu membantu UMKM dalam mengevaluasi produk, layanan, dan pasar guna menentukan strategi terbaik guna meraih pertumbuhan di masa depan. Proses ini melibatkan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi, serta peluang dan ancaman yang ada di pasar di mana umkm tersebut beroperasi. Dengan memahami faktor-faktor ini, UMKM dapat mengambil keputusan strategis yang tepat untuk memanfaatkan kekuatan internalnya dan mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman yang ada. Analisis

SWOT membantu UMKM untuk merumuskan strategi yang efektif dan mampu beradaptasi dengan perubahan pasar. Analisis QSPM adalah teknik analisis bisnis yang digunakan untuk oleh sebuah perusahaan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal. Analisis QSPM membantu UMKM untuk merumuskan strategi prioritas yang paling cocok untuk digunakan.

Analisis strategi pemasaran sangat diperlukan dalam suatu badan usaha mengingat kegiatan pemasaran dimulai dari perencanaan, penentuan produk, harga, distribusinya dengan maksud memuaskan kepentingan konsumen. Dalam aktivitas pemasaran, penting untuk memiliki strategi yang baik agar produk yang diluncurkan dapat dengan cepat diterima oleh konsumen dan digunakan. Melalui analisis strategi pemasaran, badan usaha dapat memahami preferensi konsumen, mengidentifikasi peluang pasar, dan mengembangkan strategi yang efektif untuk memasarkan produk dengan sukses. Dengan demikian, analisis strategi pemasaran menjadi langkah penting dalam mencapai keberhasilan pemasaran suatu produk.

Berdasarkan uraian latar belakang yang ada, maka penulis sebagai peneliti mengajukan sebuah penelitian dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan *Strength Weakness Opportunity Threat* di Martabak Acil Gama Cikutra Bandung**”.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, penulisan skripsi ini perlu dilakukan pembatasan masalah agar dalam pelaksanaan penelitian ini tertuju pada tujuan penelitian, yakni sebagai berikut:

1. Data yang digunakan adalah data wawancara di UMKM Martabak Acil Gama, Jl. Cikutra No.218, Neglasari, Kec.Cibeunying Kaler, Kota Bandung

2. Penelitian ini hanya melakukan analisis strategi pemasaran martabak menggunakan metode Analisis SWOT dan QSPM.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Martabak Acil Gama di Cikutra Bandung ?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Martabak Acil Gama di Cikutra Bandung
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kegunaan secara teoritis maupun praktis bagi berbagai pihak yang terkait diantaranya adalah:

1. Kegunaan Secara teoritis

Kepentingan penulis, untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan di umkm martabak acil gama dengan menggunakan analisis tool SWOT dan QSPM, dan juga merupakan sebuah karya berpikir dimana dalam penulisan ini penulis mendapatkan pemahaman baru tentang Analisis Strategi Pemasaran secara teoritis dengan

hal berikut mampu menambah wawasan dan pemahaman berpikir lebih dalam tentang Analisis Strategi Pemasaran UMKM Martabak Acil Gama Dengan Analisis Tool SWOT dan QSPM

## 2. Kegunaan Secara Praktis

### a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pembelajaran dan wawasan guna mengembangkan ilmu pengetahuan serta pengalaman dan daya pikir tentang Analisis Strategi Pemasaran UMKM Martabak Acil Gama dengan Analisis Tool SWOT.

### b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi program studi administrasi bisnis serta mampu memberikan informasi dan referensi dan juga diharapkan mampu memberikan gambaran dan menjadi bahan pembelajaran yang dapat memperkaya ilmu pengetahuan di lingkungan administrasi bisnis terkait dengan Analisis Strategi Pemasaran UMKM Martabak Acil Gama dengan Analisis Tool SWOT dan QSPM.

### c. Bagi UMKM Martabak Acil Gama

Memberikan informasi kepada pengelola UMKM Martabak Acil Gama untuk dijadikan pertimbangan dalam menerapkan analisis SWOT dan QSPM pada strategi bisnis UMKM

## 1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang, focus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA terdiri dari rangkuman teori XYZ, kajian/penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN, terdiri dari simpulan dan saran.

### **1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di UMKM Martabak Acil Gama yang beralamat di Jl. Cikutra No.218, Neglasari, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat. Alasan memilih lokasi UMKM Martabak Acil Gama karena berada dilokasi yang rame dan juga disekitar nya banyak UMKM Martabak lainnya dan kuliner lainnya yang berjualan juga.



**Gambar 1.2 Lokasi Martabak Acil Gama**

Sumber : google.com/maps

Penelitian ini dikerjakan pada semester genap tahun ajaran 2022/2023 dengan alokasi sebagai berikut:

**TABEL 1.2  
WAKTU PENELITIAN**

Jadwal Kegiatan	Bulan Pelaksanaan																						
	Mar			Apr				Mei				Jun				Jul				Agustus			
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Pengajuan Topik Penelitian																							
2. Penyusunan Proposal																							
3. Seminar Usulan Penelitian																							
4. Penyusunan Skripsi																							
5. Sidang Skripsi																							

Sumber : Diolah Peneliti (2023)