

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM adalah suatu usaha produktif yang dimiliki perorangan ataupun badan usaha yang telah mencapai kriteria sebagai usaha mikro. Kemajuan dunia UMKM mengakibatkan perubahan pola yang cepat dan selalu berganti baik sistem maupun bidang lainnya yang menunjang dunia UMKM. Setiap kemajuan di bidang UMKM menimbulkan sebuah persaingan diantara UMKM yang ada, salah satunya adalah UMKM yang bergerak di bidang kuliner.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia perkembangan data UMKM tahun 2016-2017 mengalami peningkatan. Usaha Mikro (UMi) meningkat 2,04%, Usaha Kecil (UK) meningkat 3,56%, dan Usaha Menengah (UM) meningkat 3,67%. Berikut adalah tabel perkembangan data UMKM tersebut :

Tabel 1.1
Perkembangan Data UMKM

No	Indikator	Satuan	Tahun 2016		Tahun 2017		Perkembangan Tahun 2016-2017	
			Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	Pangsa (%)	Jumlah	%
1	Unit Usaha (A-B)	Unit	61.656.547		62.928.077		1.271.529	2,06
	A. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	Unit	61.651.177	99,99	62.922.617	99,99	1.271.440	2,06
	Usaha Mikro (UMi)	Unit	60.863.578	98,71	62.106.900	98,70	1.243.322	2,04
	Usaha Kecil (UK)	Unit	731.047	1,19	757.09	1,20	26.043	3,56
	Usaha Menengah (UM)	Unit	56.551	0,09	58.627	0,09	2.075	3,67
	B. Usaha Besar (UB)	Unit	5.370	0,01	5.460	0,01	90	1,67

Sumber : http://www.depkop.go.id/uploads/laporan/1549946778_UMKM%202016-2017%20rev.pdf

Dengan adanya perkembangan UMKM, maka hal tersebut akan menciptakan persaingan antar UMKM yang ada. Persaingan tersebut mengharuskan UMKM untuk perlu melakukan peningkatan kualitas berbagai aspek yang ada di UMKM tersebut.

UMKM yang menjadi tempat penelitian adalah Kampoeng Roti Sarijadi. Hal ini karena pendapatan (omset) Kampoeng Roti yang memasuki kriteria mikro (≤ 300 jt) menurut Undang-Undang (UU) No. 20 Tahun 2008.

Tabel 1.2
Kriteria UMKM Menurut UU No. 20 Tahun 2008

No	Uraian	Kriteria	
		Asset	Omset
1	Usaha Mikro	Max 50 Jt	Max 300 jt
2	Usaha Kecil	> 50 jt - 500 jt	> 300 jt - 2,5 M
3	Usaha Menengah	> 500 jt - 10 M	> 2,5 M - 50 M

Sumber : <https://www.slideshare.net/antonkurniawan/kriteria-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-menurut-uu-no-20-tahun-2008-tentang-umkm>

Kampoeng Roti mempunyai 5 cabang yang tersebar di seluruh Kota Bandung, yaitu di daerah Cibogo, Gegerkalong, Lembang, Antapani, dan Cijerah. Cabang tersebut belum termasuk Kampoeng Roti (toko pusat) yang terletak di Sarijadi. Kampoeng Roti yang terletak di Sarijadi merupakan cabang pusat dikarenakan kapasitas tempat yang lebih besar dibandingkan dengan toko lainnya sehingga memungkinkan untuk membuat produk roti (*brownies*, *banana roll*, dll) yang tidak ada di toko lain untuk didistribusikan ke seluruh cabang, merupakan lokasi gudang pengiriman bahan baku, dan toko pusat Sarijadi dekat dengan rumah pemilik sehingga mudah untuk dikontrol. Kampoeng Roti memiliki lebih dari 40 (empat puluh) jenis variasi roti, namun tidak semua jenis variasi roti diproduksi setiap harinya. Jam operasional Kampoeng Roti pukul 06.00 – 16.00 WIB.

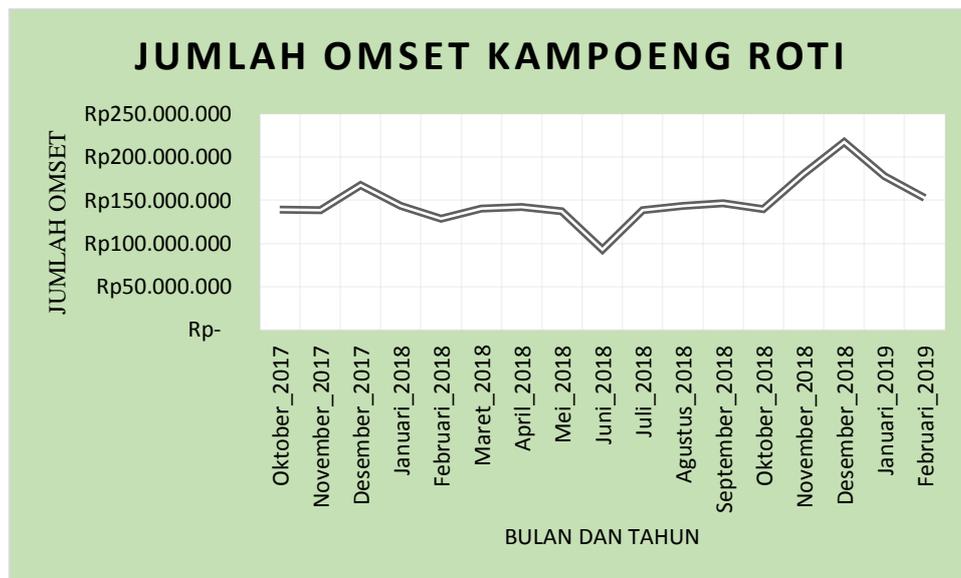
Kampoeng Roti Sarijadi juga mengusung konsep “*self service*” atau melayani diri sendiri, oleh karena itu *customer* dapat memilih dan mengambil sendiri roti yang diinginkannya. Setiap variasi produk roti dipajang pada etalase-etalase yang berbentuk laci transparan dan mudah untuk dijangkau oleh setiap *customer* yang akan mengambil produk roti tersebut. Produk yang disediakan setiap harinya selalu “*fresh from the oven*” atau dalam kata lain roti

yang dijual hari itu adalah roti yang dibuat pada hari itu juga. Selain itu, Kampoeng Roti Sarijadi juga menyediakan tempat khusus bagi konsumen berupa 3 meja bulat dan 9 kursi di bagian depan kasir agar konsumen dapat langsung memakan dan menikmati roti yang dibelinya. Roti-roti yang tidak habis biasanya akan dibuang oleh pihak Kampoeng Roti, hal ini dilakukan agar tidak menurunkan standar roti yang dijual oleh Kampoeng Roti.

Penjualan produk roti Kampoeng Roti Sarijadi saat ini mengalami kondisi fluktuatif, hal ini terlihat dari data penjualan selama bulan Oktober 2017 – Februari 2019 yang menunjukkan data omset fluktuatif yang diperoleh dari hasil penjualan tersebut. Berikut adalah data omset penjualan produk roti Kampoeng Roti Sarijadi tersebut :

Tabel 1.3
Omset Kampoeng Roti

No	Bulan	Tahun	Jumlah Omset
1	Oktober	2017	Rp 139,052,350
2	November	2017	Rp 138,403,650
3	Desember	2017	Rp 167,295,900
4	Januari	2018	Rp 143,404,275
5	Februari	2018	Rp 128,668,500
6	Maret	2018	Rp 140,610,100
7	April	2018	Rp 142,460,000
8	Mei	2018	Rp 137,583,650
9	Juni	2018	Rp 93,285,100
10	Juli	2018	Rp 138,436,500
11	Agustus	2018	Rp 143,770,925
12	September	2018	Rp 146,633,800
13	Oktober	2018	Rp 140,014,900
14	November	2018	Rp 180,179,000
15	Desember	2018	Rp 217,514,500
16	Januari	2019	Rp 177,818,700
17	Februari	2019	Rp 152,765,560



Gambar 1.1
Grafik Omset Kampoeng Roti

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Kampoeng Roti Sarijadi juga didapatkan bahwa para pelanggan memiliki kecenderungan untuk membeli roti ke toko roti lainnya. Hal ini mungkin disebabkan rasa dan jenis produk roti Kampoeng Roti Sarijadi tidak memiliki keunikan yang membedakan dengan produk pesaing, yang bisa membedakan hanya dari segi harganya saja. Berdasarkan data tersebut, maka pihak Kampoeng Roti perlu melakukan perbaikan-perbaikan strategi yang dapat meningkatkan omset penjualan Kampoeng Roti tersebut dan tentunya meningkatkan tingkat kelayakan dari setiap konsumen Kampoeng Roti.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan penulis diatas, maka dapat diketahui faktor-faktor yang mungkin menyebabkan masalah yang ada, yaitu :

1. Pemahaman Kampoeng Roti Sarijadi terhadap variabel-variabel apa yang menjadi kepentingan konsumen dalam memilih tempat untuk membeli roti belum baik.
2. Kurangnya loyalitas konsumen terhadap Kampoeng Roti Sarijadi.

3. Kinerja dari Kampoeng Roti Sarijadi yang dianggap belum baik oleh konsumen.
4. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap produk roti Kampoeng Roti Sarijadi.
5. Kampoeng Roti Sarijadi belum mengetahui faktor-faktor kinerja bauran pemasaran yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap Kampoeng Roti Sarijadi.
6. Strategi pemasaran yang diterapkan Kampoeng Roti Sarijadi masih kurang tepat.
7. Kampoeng Roti Sarijadi belum tepat dalam melakukan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning*.
8. Kampoeng Roti Sarijadi kurang mampu bersaing terhadap kompetitor lainnya.
9. Kampoeng Roti Sarijadi belum mengetahui faktor-faktor *brand equity* dan *brand trust* apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen.
10. Kampoeng Roti Sarijadi belum mengetahui analisis SWOT yang dimiliki.

1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi

Karena adanya keterbatasan waktu dan biaya, maka penulis melakukan pembatasan ruang lingkup penelitian agar lebih jelas dan tidak terjadi penyimpangan dari tujuan dan lingkup pembahasan yang dilakukan penulis. Berikut adalah batasan masalah yang dibuat penulis :

1. Penelitian yang dilakukan penulis tidak membahas tentang persaingan dengan kompetitor (toko roti) lainnya.
2. Penelitian hanya dilakukan di Kampoeng Roti Sarijadi saja.
3. Peneliti tidak membahas konsumen yang langsung mengonsumsi produk roti di Kampoeng Roti Sarijadi.
4. Peneliti tidak membahas produk minuman yang dijual di Kampoeng Roti.
5. Peneliti tidak membahas *brand equity* dan *brand trust* dari produk Kampoeng Roti Sarijadi.
6. Peneliti tidak membahas tentang analisis SWOT dari Kampoeng Roti Sarijadi.

1.4. Perumusan Masalah

Berikut adalah perumusan masalah yang dilakukan penulis yang nantinya akan ditarik menjadi kesimpulan pada akhir dari penelitian yang dilakukan penulis :

1. Variabel-variabel apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih tempat untuk membeli roti?
2. Bagaimana tingkat kinerja Kampoeng Roti Sarijadi?
3. Bagaimana loyalitas konsumen terhadap Kampoeng Roti Sarijadi?
4. Faktor-faktor kinerja apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap Kampoeng Roti Sarijadi?
5. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja bauran pemasaran Kampoeng Roti Sarijadi?
6. Bagaimana penerapan *segmentation*, *targetting*, dan *positioning* yang tepat dari Kampoeng Roti Sarijadi?
7. Usulan strategi pemasaran apa saja yang dapat diberikan untuk meningkatkan loyalitas konsumen dalam membeli produk roti Kampoeng Roti Sarijadi?

1.5. Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan dilakukannya penelitian ini :

1. Untuk mengetahui variabel-variabel yang menjadi tingkat kepentingan konsumen dalam memilih tempat untuk membeli roti
2. Untuk mengetahui kinerja keseluruhan variabel Kampoeng Roti Sarijadi.
3. Untuk mengetahui loyalitas konsumen terhadap Kampoeng Roti Sarijadi.
4. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap Kampoeng Roti Sarijadi.
5. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja Kampoeng Roti.

6. Untuk mengetahui tingkat penerapan *segmentation*, *targetting*, dan *positioning* yang tepat dari Kampoeng Roti Sarijadi.
7. Untuk menentukan usulan yang dapat diberikan dan diterapkan untuk meningkatkan loyalitas konsumen di Kampoeng Roti Sarijadi.

1.6. Sistematika Penelitian

Berikut adalah sistematika penelitian dalam penyusunan dan pengerjaan tugas akhir :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang merupakan dasar dari penyusunan laporan Tugas Akhir, identifikasi permasalahan yang ada, perumusan masalah, pembatasan masalah yang digunakan, perumusan masalah yang ingin diketahui, tujuan dari penulis melakukan penelitian, dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan laporan Tugas Akhir.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai dasar-dasar atau teori yang diperoleh dari literatur bacaan dan sumber-sumber yang akurat dan relevan, yang digunakan sebagai acuan dalam melakukan penyusunan laporan Tugas Akhir agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen untuk membeli produk roti di Kampoeng Roti

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi metodologi / langkah-langkah penelitian berupa *flowchart* yang dibuat secara sistematis dan keterangan yang menggambarkan proses yang ditempuh oleh penulis dalam penyusunan laporan Tugas Akhir.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisikan data-data awal yang akan digunakan penulis dalam pengolahan data dan analisis yang akan dilakukan penulis dalam penyusunan laporan Tugas Akhir.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini membahas pengolahan data dan analisis yang telah dikumpulkan sebelumnya pada bab 4 menggunakan metode pada bab 3 dan berisi analisis dari pengolahan data yang dilakukan. Pengolahan data dan analisis tersebut bertujuan untuk menyelesaikan masalah dan memberikan usulan kepada pihak Kampoeng Roti.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang hendak disampaikan penulis dari permasalahan yang telah dirumuskan pada bab 1 berdasarkan pengolahan data dan analisis bab 5 secara jelas, singkat, dan tepat.