BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

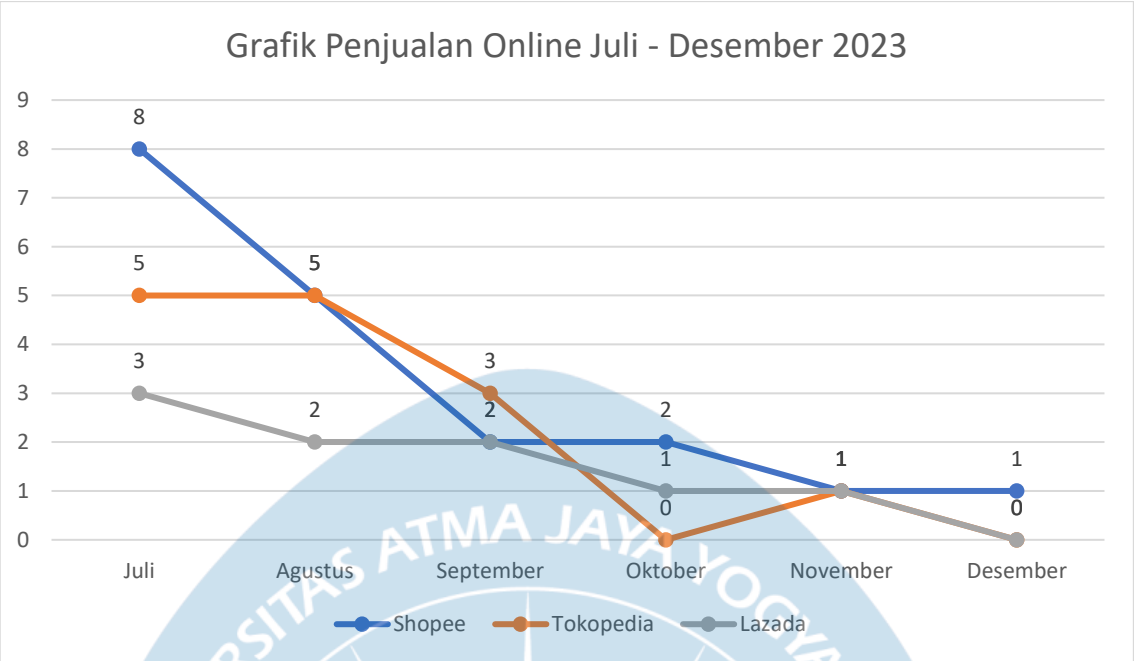
IKM An Oke merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang manufaktur dari tahun 2010. Pemilik usaha ini yaitu Bapak Awang Sigit Cahyono. IKM ini berlokasi di Jl. Potronanggan, Kragilan, Tamanan, Kec. Banguntapan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Usaha ini memproduksi berbagai alat perlengkapan memasak dan pembuatan kue seperti wajan penggorengan dan cetakan kue. Seluruh produk pada usaha ini menggunakan bahan baku berupa aluminium untuk membuat produk-produknya. Produk yang dihasilkan tersebut memiliki berbagai macam ukuran dan memiliki banyak variasi, misalnya cetakan kue cere, cetakan kue lumpur, cetakan kue bolu, cetakan bikan, dan masih banyak lagi. IKM An Oke memiliki jumlah pekerja sebanyak 4 orang dengan rincian 3 pekerja tetap dan 1 pekerja borongan. Usaha ini beroperasi pada hari Selasa hingga Sabtu dengan jam kerja dari pukul 08.00 - 15.00 WIB. Pada IKM An Oke terdapat beberapa bagian produksi yang terdiri dari area pembakaran, area pencetakan, area pemotongan, area penghalusan, dan gudang untuk tempat penyimpanan hasil produksi.

Penulis melakukan wawancara dengan pemilik, istri pemilik, dan pekerja dari IKM An Oke dan ditemukan bahwa penjualan produk mengalami penurunan. Penurunan ini terjadi pada penjualan yang dilakukan secara *online* maupun *offline*. Dampak yang dirasakan akibat hal ini berupa penumpukan hasil produksi pada gudang sehingga menyebabkan *overstock*, adanya pemberhentian kegiatan produksi atau toko diliburkan, dan tidak adanya penghasilan yang didapatkan oleh IKM An Oke. IKM An Oke memiliki 90 variasi produk pada katalog, umumnya merupakan produk yang sama namun terdapat perbedaan ukuran. Hingga saat ini, tidak semua produk aktif dijual karena penurunan penjualan yang terjadi dan tidak pernah dilakukan produksi ataupun *restock* produk sehingga hanya menyisakan 14 jenis produk. Pada penjualan secara *offline,* sebelumnya terdapat makelar yang membeli secara rutin setiap beberapa bulan dengan jumlah ratusan produk, namun dimulai dari munculnya Covid-19 pembelian tersebut menjadi tidak stabil dan berhenti di 6 bulan terakhir. Penjualan *online* masih ada namun jumlahnya terbilang sedikit yaitu sebanyak 42 untuk keseluruhan produk dalam rentang waktu 6 bulan (Bulan Juli hingga Desember 2023). Hasil penjualan ini juga sudah mencakup dari 3 platform *marketplace* yang digunakan oleh IKM An Oke. Dalam waktu 6 bulan tersebut, penjualan produk pada platform Shopee berada pada angka 19,

penjualan produk pada platform Lazada berada pada angka 9, dan penjualan produk pada platform Tokopedia berada pada angka 14. Adapun produk tersebut yaitu cetakan bolu, cetakan srabi tutup 4, cetakan parabola, cetakan cere, dan cetakan lumpur. Dalam periode penjualan tersebut, cetakan bolu menjadi produk paling laku sementara cetakan lumpur menjadi produk kurang laku. Hal ini tentu menjadi perhatian karena penurunan penjualan juga disebabkan oleh adanya produk yang kurang laku. Penjualan tersebut juga tidak sebanding dengan hasil produksi dari IKM An Oke yaitu sebanyak 50 hingga 100 produk untuk sekali produksi. Hal ini tentu saja membebani pemilik usaha dari IKM An Oke secara finansial, karena harus membayar biaya operasional usaha dan membayar gaji dari karyawan. Dari hal tersebut, IKM An Oke perlu suatu cara untuk meningkatkan penjualan produknya sehingga dapat mengatasi permasalahan yang terjadi pada usaha. Jika dilihat lebih jauh, salah satu faktor yang diduga kuat berperan adalah belum adanya kegiatan pemasaran yang aktif dan terencana. Selama ini IKM An Oke hanya mengandalkan pembelian dari makelar dan menunggu pembeli dari marketplace *online*, tanpa usaha aktif untuk menjangkau dan memperluas pasar. Selain itu, karena penjualan *offline* hanya bergantung pada satu makelar, penjualan menjadi ikut terhenti ketika makelar tersebut berhenti melakukan pembelian dan tidak ada pengganti. Dibandingkan penjualan *offline* yang bergantung pada satu makelar, penjualan *online* masih menunjukkan adanya permintaan pembeli dan tidak bergantung pada satu pihak saja, sehingga lebih memungkinkan untuk dikembangkan.

Tabel 1.1 Data Produk Terjual Juli – Desember 2023

Produk	Jumlah Terjual (unit)
Cetakan Bolu	17
Cetakan Srabi Tutup 4	13
Cetakan Parabola	8
Cetakan Cere	3
Cetakan Lumpur	1



Gambar 1.1 Grafik penjualan *online* Juli – Desember 2023

Di sisi lain, pemilik IKM An Oke belum pernah melakukan analisis maupun perancangan strategi secara khusus untuk mengatasi penurunan penjualan ini dan mengalami kesulitan dalam menentukan metode yang tepat untuk melakukannya. Keterbatasan pengetahuan dan biaya juga menjadi hambatan bagi pemilik IKM An Oke untuk mengatasi permasalahan tersebut. Kondisi inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian guna menganalisis penurunan penjualan tersebut dan merancang strategi yang sesuai bagi IKM An Oke.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada IKM An Oke yaitu bagaimana meningkatkan penjualan produk yang ada dan kurang laku.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan melakukan penelitian ini adalah untuk mengatasi penurunan jumlah penjualan keseluruhan produk yang ada di IKM An Oke menjadi sebanyak 14 produk per bulan atau 2 kali lipat dari rata-rata *baseline* yaitu 7 produk per bulan. Target didasarkan pada permintaan pemilik usaha sebagai *stakeholder*.

1.4 Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian, perlu adanya batasan terhadap cakupan penelitian sehingga hasil dari penelitian dapat sesuai dengan tujuan yang ada. Adapun batasan masalah yang ditetapkan tersebut disajikan sebagai berikut.

a. Lokasi penelitian terbatas pada IKM An Oke.
b. Data yang digunakan yaitu hasil penjualan produk secara *online* pada Januari 2024 hingga Januari 2026.