

KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Alur Berpikir

Desa Cikarawang ialah salah satu penghasil ubi jalar terbesar ketiga di Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor. Potensi ubi jalar sangat beragam karena hampir semua bagian dari ubi jalar dapat diolah menjadi suatu produk, seperti tepung, minuman, kripik, cookies dan lainnya, bahkan ubi jalar juga dapat diolah menjadi brownies. Brownies ubi jalar merupakan salah satu produk unggulan di Desa Cikarawang. Satu-satunya usaha yang bergerak dibidang pengolahan brownies ubi jalar yang memiliki peluang bisnis dan prospek usaha yang cerah adalah KWT Melati yang berada di Desa Cikarawang. Tujuan utamanya adalah membantu masyarakat supaya mandiri dalam melakukan usaha dan dapat mengembangkan produk yang berasal dari olahan ubi tersebut.

Strategi suatu perusahaan merupakan rencana jangka panjang. Strategi tersebut merupakan rencana yang disatukan, artinya mengikat semua bagian perusahaan menjadi satu atau menyeluruh mencakup seluruh aspek penting perusahaan dan terpadu yang semua bagian rencana serasi satu sama lain dan bersesuaian.

Strategi menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungannya, sehingga sebelum perusahaan dapat memulai perumusan strateginya, sehingga sebelum perusahaan dapat memulai perumusan strateginya, manajemen terlebih dahulu harus mengamati lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin terjadi dan mengamati lingkungan internal untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan suatu usaha yang juga akan menentukan apakah usaha brownies ubi jalar KWT Melati mampu mengambil keuntungan dari peluang-peluang yang ada sambil menghindari ancaman-ancaman.

Setiap pengusaha berhadapan dengan sejumlah pesaing sekaligus pemasok atau penyalur, pemilik, serikat buruh dan lain-lain. Suatu perusahaan dapat berukuran besar dan menengah maupun perusahaan kecil dan menggunakan strategi yang dianggapnya paling efektif untuk mencapai sasarnya, seperti yang dilakukan wiraswastawan (*entrepreneur*) yang memulai usahanya dari nol, biasanya merupakan perusahaan keluarga (industri rumah tangga),

sehingga berhasil memasuki sedang (industri konveksi) dalam menengah ke atas.

Langkah pertama yang dilakukan dalam analisis strategi ialah tahap input atau pengumpulan data. Data yang diperoleh digunakan untuk mengidentifikasi terhadap faktor kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal agroindustri brownies ubi jalar. Metode analisis yang digunakan pada tahap ini adalah matriks IFE dan matriks EFE.

Langkah kedua adalah tahap pencocokan. Tahap ini memadukan peluang dan ancaman dari lingkungan dengan kekuatan dan kelemahan yang ada pada suatu usaha, oleh karena itu digunakan metode analisis matriks SWOT dan matriks IE. Kedua metode analisis ini mengolah informasi yang dihasilkan dari tahap masukan untuk memadukan peluang dan ancaman eksternal suatu usaha dengan kekuatan dan kelemahan internal. Pemaduan antara faktor eksternal dan internal merupakan kunci untuk secara efektif menghasilkan alternatif strategi yang sesuai bagi industri tersebut. Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT.

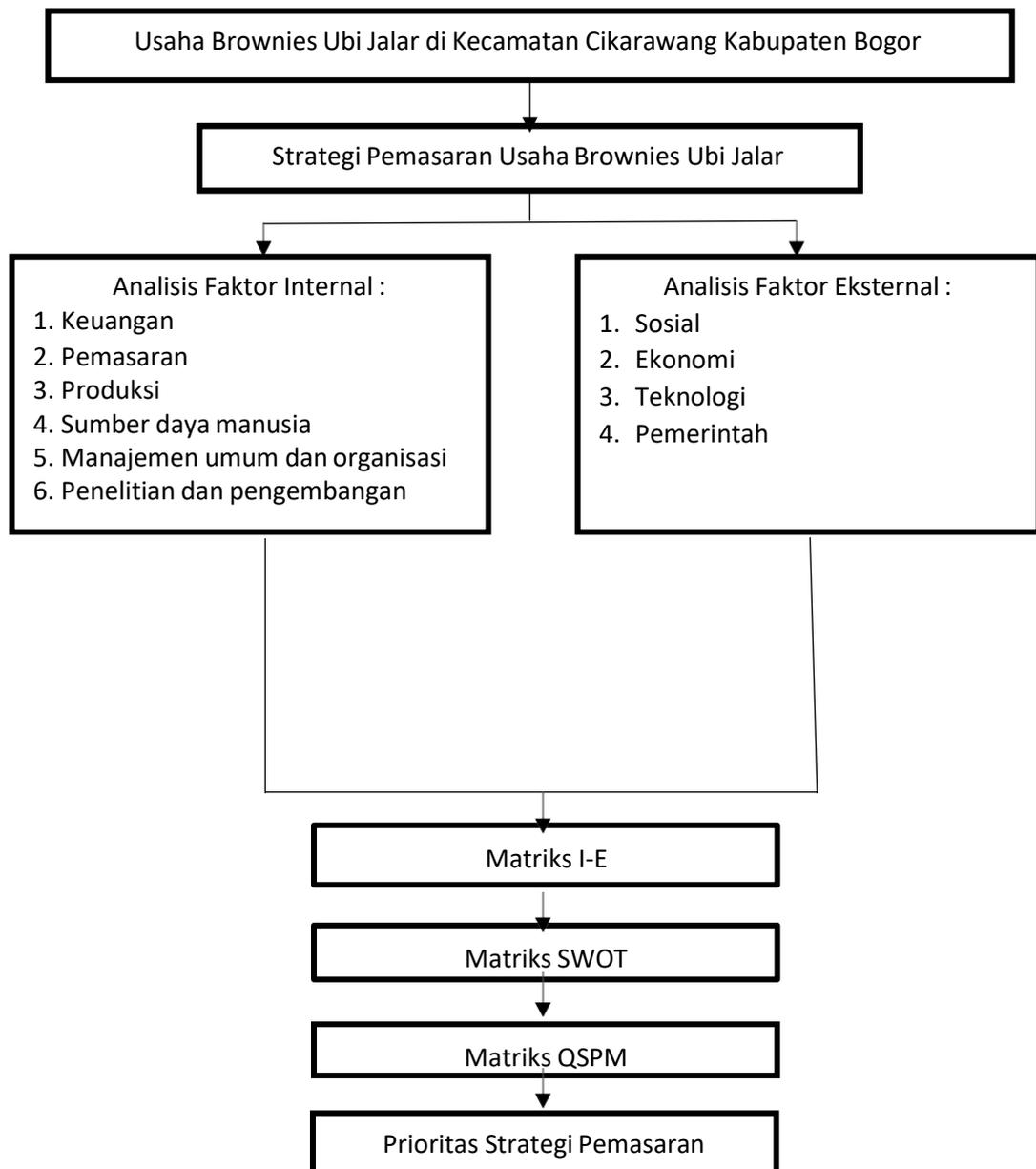
Hasil dari analisis langkah pertama dan kedua menjadi input pada tahap ketiga yaitu tahap pemilihan strategi atau tahap keputusan. Pada tahap pemilihan strategi atau keputusan metode analisis kuantitatif yang digunakan adalah QSPM. QSPM memungkinkan perencanaan strategi mengevaluasi alternatif strategi secara obyektif.

Menurut Marcelina (2013) dalam menunjukkan bahwa analisis persepsi konsumen terhadap brownies dan bauran pemasaran bakery Elsari menunjukkan bahwa mereka tidak setuju brownies Elsari mudah ditemukan. Komposisi produk adalah kualitas rasa brownies dan sebagian besar responden setuju bahwa mereka menyukai rasa brownies Elsalis. Berdasarkan analisis prioritas yang menyeluruh, elemen bauran pemasaran yang menjadi prioritas utama adalah bauran promosi dengan strategi operasional penambahan papan nama.

Menurut Simanjorang (2014) dalam rata-rata keseluruhan hasil analisis evaluasi strategi pemasaran CV adalah: Menurut Agronesia, diketahui bahwa tidak keempat variabel bauran pemasaran yang diterapkan berjalan dengan baik dan efektif. Secara keseluruhan variabel bauran pemasaran yang efektif dijalankan oleh CV. Agronesia sebesar 73,3% terdiri dari 11 variabel bauran pemasaran yang aktif dan 27,7% terdiri dari 4 variabel bauran pemasaran yang belum aktif. Analisis Analytical Hierarchy Process (AHP) menunjukkan bahwa promosi

melalui media sosial dan website menjadi faktor prioritas strategi pemasaran yang tidak efektif dan menjadi prioritas tinggi bagi perusahaan, dengan nilai bobot 0,529. Level aktor dengan prioritas tertinggi dalam mempengaruhi dan berperan dalam strategi pemasaran CV Agronesia adalah pemilik dengan nilai bobot 0,461. Tingkat target peningkatan kepuasan pelanggan menjadi prioritas perusahaan dan dicapai dengan nilai bobot 0,466. Lapisan alternatif dari strategi pertama yang diterapkan adalah meningkatkan iklan melalui media sosial dan website resmi, dengan nilai bobot 0,391.

Menurut Erfiani (2019) dalam penelitiannya hasil kajian yang dibahas adalah bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan pengusaha dikaitkan dengan keunggulan perusahaan yaitu lokasi usaha yang strategis, pelayanan yang unggul kepada konsumen, bahan baku yang mudah didapatkan dan tema merek lokal untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, alur penelitiannya adalah sebagai berikut (Gambar 6).



Gambar 6. Bagan Alur Berpikir Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Brownies Ubi Jalar (*Ipomoea batatas* L.)

Hipotesis Penelitian

1. Diduga terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi pemasaran pada usaha Brownies Ubi Jalar KWT Melati di Kabupaten Bogor.
2. Diduga alternatif strategi pemasaran yang tepat pada usaha brownies ubi jalar di Kabupaten Bogor adalah memperluas promosi serta memberikan diskon.

Definisi Operasional

1. Usaha KWT Melati adalah salah satu usaha brownies ubi jalar yang berada di Desa Cikarawang, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor.
2. Strategi ialah perencanaan jangka panjang untuk suatu tujuan tertentu.
3. Analisis internal adalah perumusan strategi yang membandingkan antara kekuatan dan kelemahan.
4. Analisis eksternal adalah perumusan strategi membandingkan antara peluang dan ancaman.
5. Keuangan ialah sumber pendapatan modal yang dimiliki KWT Melati.
6. Pemasaran adalah proses mendapatkan apa yang dibutuhkan dengan menciptakan, menawarkan produk bernilai dengan pihak lain.
7. Produksi adalah kegiatan menambah guna suatu benda atau segala kegiatan yang ditujukan untuk memuaskan orang lain melalui pertukaran.
8. Sumber daya manusia merupakan individu yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi, baik institusi maupun perusahaan dan berfungsi sebagai aset yang harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya.
9. Manajemen umum dan organisasi adalah suatu proses perencanaan dan pengorganisasian serta pengendalian terhadap sumber daya sebuah organisasi dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.
10. Penelitian dan pengembangan merupakan suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan suatu hasil produk tertentu, serta menguji keefektifan dari produk tersebut.
11. Ekonomi adalah kondisi yang mempengaruhi iklim berbisnis para pengusaha.
12. Sosial merupakan sikap, gaya hidup, adat-istiadat dan kebiasaan dari masyarakat di lingkungan eksternal suatu usaha.
13. Teknologi merupakan banyaknya jejaring sosial yang dapat digunakan untuk media promosi.
14. Pemerintah ialah arah, kebijakan dan stabilitas politik yang menjadi faktor penting bagi para pengusaha untuk berusaha.
15. Analisis SWOT adalah mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan.
16. Analisis QSPM adalah alat analisis yang digunakan untuk menentukan prioritas strategi terbaik.