

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kreatif Indonesia berkembang dengan cepat, terutama sektor usaha kecil dan menengah (UKM) yang berfokus pada inovasi dan kreativitas. Bisnis pembuatan buket untuk hadiah, perayaan, dan acara tertentu adalah salah satu bidang yang menunjukkan pertumbuhan besar. Buket yang awalnya hanya identik dengan rangkayan bunga kini telah berkembang menjadi buket makanan ringan, buket balon, dan buket uang. Buket adalah kerajinan tangan yang memerlukan ide kreatif dan keterampilan untuk menghasilkan produk yang menarik.

Buket sebagai hadiah mulai menjadi tren dalam beberapa tahun terakhir. Hingga saat ini eksistensi buket kian diminati kalangan muda. Seni buket saat ini tidak hanya berupa seikat bunga yang diberikan kepada orang tertentu. Seni ini sudah berkembang dipadupadankan dengan benda-benda lainnya seperti kue, kosmetik, makanan ringan dan benda-benda kesukaan orang yang akan diberikan buket. Momennya pun beragam, mulai dari acara lamaran, pernikahan, kelulusan, wisuda dan lainnya (Ridwan, dkk, 2020).

UD. Octa Flow adalah sebuah bisnis kerajinan tangan yang didirikan oleh Ibu Putri Maulida Sari pada tahun 2015, berlokasi di Jl. Tgk. Chik Paya Bakong, Kecamatan Lhoksukon, Kabupaten Aceh Utara. Bisnis ini spesialis dalam pembuatan buket balon, buket uang, dan kotak bingkisan. UD. Octa Flow menerima pesanan sesuai keinginan konsumen, dengan berbagai jenis dan ukuran buket yang dapat disesuaikan. Octa Flow menjalankan produksinya selama enam hari dalam sepekan dimulai hari senin sampai dengan hari sabtu dari jam 08:00 pagi hingga pukul 22:00 malam, serta dibantu oleh dua orang pekerja untuk menjalankan produksinya.

Data yang diperoleh penulis dari hasil wawancara dengan pemilik toko Octa Flow yang terdiri dari beberapa jenis buket yang diperjualkan yaitu buket bunga, buket balon, buket uang dan kotak bingkisan. Pada tahun 2021 buket terjual sebanyak 642 produk, tahun 2022 sebanyak 513 produk, tahun 2023

sebanyak 488 produk dan pada tahun 2024 sebanyak 262 produk yang terjual. Dari data diatas terlihat bahwa penjualan buket mengalami penurunan dari tahun ke tahun dimana pada tahun 2024 terjadi penurunan yang signifikan.

Keberhasilan penjualan setiap perusahaan ditentukan melalui bagaimana perusahaan melakukan strategi pemasaran yang efisien dan mempelajari apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Kegiatan transaksi penjualan pada toko Octa Flow masih bergantung pada konsumen yang melakukan pembelian langsung di lokasi toko, dimana hal ini tentu saja tidak memanfaatkan momentum yang dapat meningkatkan penjualan seperti hadir di acara-acara tertentu wisuda atau perayaan lainnya. Hal ini tentu saja sangat berdampak pada volume penjualan buket.

Oleh karena itu Octa Flow memerlukan penerapan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan serta memenuhi target penjualan yang telah direncanakan dan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Maka dari itu diperlukan rumus strategi pemasaran yang tepat yaitu dengan menggunakan metode analisis SWOT. Metode ini dapat membantu penjual usaha untuk memahami secara mendalam faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan usaha, serta faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha buket membuat strategi pemasaran yang lebih kreatif, memanfaatkan metode SWOT untuk mengembangkan bisnisnya. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **"Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Dengan Menggunakan Metode SWOT di UD. Octa Flow"**

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini maka dapat dirumuskan bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk di UD. Octa Flow.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk di UD. Octa Flow.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi penulis

Mengenal lebih dekat produksi buket dari UD. Octa Flow serta dapat mempelajari lebih dalam mengenai strategi pemasaran suatu produk.

2. Bagi pelaku usaha

Sebagai masukan dan usulan bagi pelaku usaha dalam perencanaan strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan perusahaan.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pembaca dalam mencari informasi atau melakukan penelitian lanjutan dalam hal serupa.

1.5 Batasan Masalah dan Asumsi

1.5.1 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari uraian masalah di atas, maka dari itu peneliti memberikan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran.
2. Periode pengambilan data dari tahun 2021 sampai tahun 2024.

1.5.2 Asumsi

Dalam penyusunan penelitian ini, terdapat dua asumsi yang digunakan, antara lain:

1. Kondisi perusahaan tidak ada perubahan selama penelitian berlangsung.
2. Selama penelitian berlangsung, kegiatan di UD. Octa Flow berjalan normal.