

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bidang usaha pembangunan sektor industri konstruksi dan perumahan di Malang Raya semakin meningkat, begitu pula kebutuhan akan penggunaan produk *paving block*. *Paving blok* bisa disebut juga bata beton (*concrete block*) atau *cone block*. *Paving blok* terbuat dari campuran semen, pasir, batu abu (agregat halus) dan air dengan atau tanpa tambahan bahan lainnya. *Paving block* digunakan untuk membangun sarana jalan setapak dan lantai yang berada di kawasan perumahan, lapangan tempat parkir, halaman rumah, taman, dan sarana lainnya seperti gedung perkantoran, dan lain-lain (Asra, 2015).

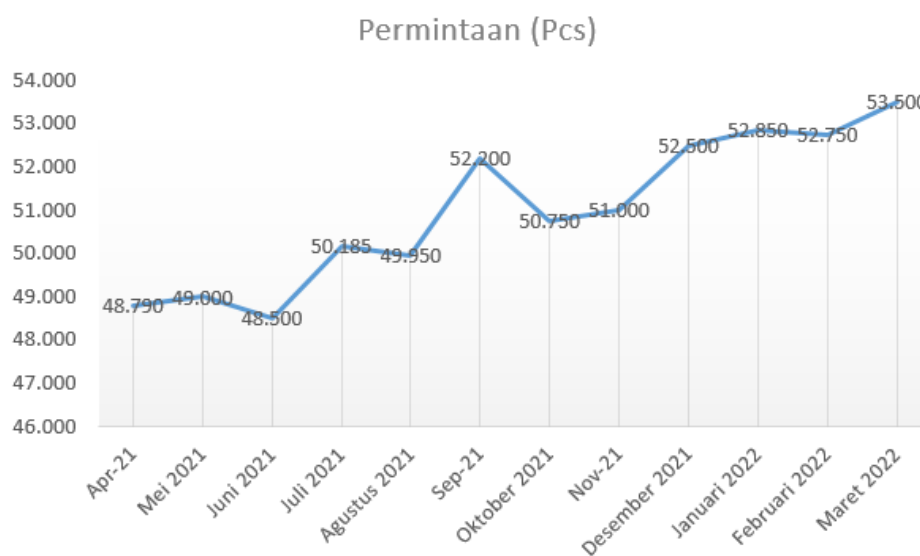
Dilansir dari *Paving Expert*, pada umumnya penggunaan dari *paving block* adalah sebagai kebutuhan estetika semata. Bentuk dari *paving block* yang sangat unik dan menarik akan menciptakan sebuah efek yang tidak bisa dihasilkan secara sempurna oleh bahan konstruksi yang lainnya. Jika dilihat dari manfaatnya dalam konstruksi, *paving block* memiliki peran untuk menstabilkan kondisi tanah yang tidak rata dan mudah peresapan air. *Paving block* juga banyak dipakai pada daerah perkampungan yang membutuhkan alternatif lain agar bisa membuat jalan dengan biaya yang murah dan membutuhkan perawatan yang sedikit. Selain itu juga *paving block* sangat disukai karena bisa diperbaiki apabila terdapat kerusakan.

UD. Indah Cemerlang salah satu industri *Paving Block* yang terletak di Jalan Rogonoto No. 261 Singosari, Malang. Namun Akhir-akhir ini dengan banyaknya kompetitor yang berindustri *Paving Blok* juga, UD. Indah Cemerlang harus lebih fokus dengan melihat pangsa pasar dan pelanggannya. Sehingga dengan adanya pernyataan tersebut akan berdampak pada jumlah permintaan produk *Paving Block*. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha (Syarif, 2022), industri mengalami permintaan pesanan yang Fluktuatif atau naik turun permintaan pada bulan April 2021 – Maret 2022. Data produksi UD. Indah Cemerlang selama 1 tahun terakhir adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah Permintaan *Paving Block* Di UD. Indah Cemerlang
Tahun 2021 – 2022

No	Bulan	Permintaan (Pcs)	Selisih Permintaan dari bulan sebelumnya
1	April 2021	48.790	-
2	Mei 2021	49.000	+ 210
3	Juni 2021	48.500	- 500
4	Juli 2021	50.185	+ 1.685
5	Agustus 2021	49.950	- 235
6	September 2021	52.200	+ 2.250
7	Oktober 2021	50.750	- 1.450
8	November 2021	51.000	+ 250
9	Desember 2021	52.500	+ 500
10	Januari 2022	52.850	+ 350
11	Februari 2022	52.750	- 100
12	Maret 2022	53.500	+ 750
Total		611.975	
Rata-rata		50.998	

Sumber : UD. Indah Cemerlang



Gambar 1.1 Jumlah Permintaan *Paving Block* Di UD. Indah Cemerlang
Tahun 2021 – 2022

Sumber : UD. Indah Cemerlang

Pada tabel 1.1 dapat dilihat sebagai contoh pada Bulan Juni ke Bulan Juli jumlah permintaan pesanan mengalami penurunan sebanyak 315 pcs. Sedangkan pada Bulan Oktober ke Bulan November jumlah permintaan pesanan mengalami peningkatan

sebanyak 220 pcs. Penurunan pesanan juga terjadi pada Bulan November hingga Bulan Januari yang masing- masing mengalami penurunan sebanyak 450 pcs dan 250 pcs.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan penyesuaian strategi bisnis untuk menghadapi persaingan dan meningkatkan jumlah permintaan pesanan setiap bulannya. sehingga diperlukan sebuah strategi menggunakan pendekatan *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP). *Segmentation* (segmenting) yaitu membagi berdasarkan sasaran pelanggan, *Targeting* (target) pasar yang dituju serta *Positioning* (posisi) yang diinginkan dibenak konsumen. Selain dengan menggunakan pendekatan *Segmenting, Targeting, Positioning*, metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*) merupakan metode yang akan digunakan setelah melakukan pendekatan *Segmenting, Targeting, Positioning*, dimana metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*) berfungsi untuk menentukan strategi mana yang diprioritaskan untuk pengembangan usaha di UD. Indah Cemerlang. Berdasarkan latar belakang diatas dengan menggunakan metode tersebut diharapkan dapat meningkatkan permintaan produk pada UD. Indah Cemerlang.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terjadi pada UD. Indah Cemerlang yakni mengalami permintaan yang fluktuatif mulai Bulan April 2021 – Maret 2022.

Berdasarkan uraian identifikasi masalah tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Metode STP Dan AHP.**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana *Segmenting, Targeting, Positioning* di UD. Indah Cemerlang?
2. Bagaimana mengembangkan usaha industri *Paving Block* UD. Indah Cemerlang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan *Segmenting, Targeting, Positioning* di UD. Indah Cemerlang dan *Analytical Hierarchy Process* menjadi tools pada *Targeting*.
2. Mengembangkan usaha dengan mengetahui *Segmenting, Targeting, Positioning* guna meningkatkan permintaan produk.

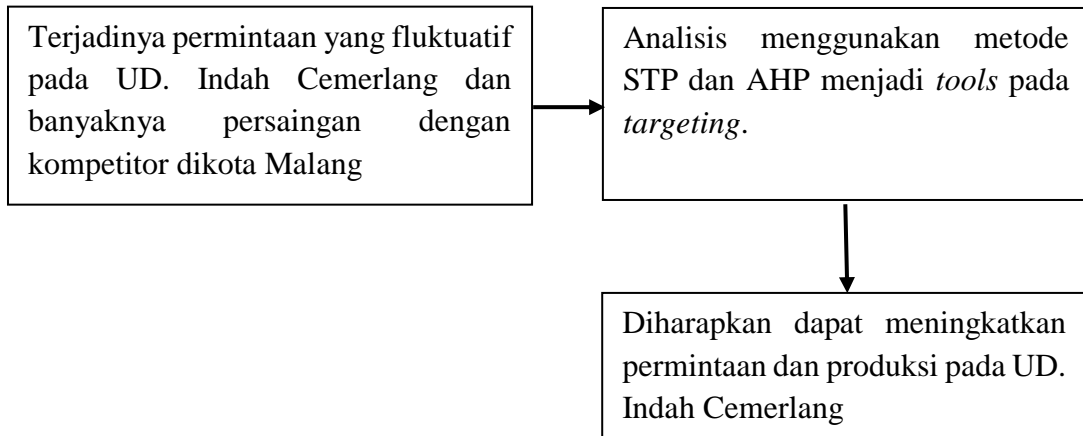
1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah adalah untuk membatasi agar permasalahan tidak meluas pada penelitian ini, maka yang dibahas adalah :

1. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Segmenting, Targeting, Positioning*.
2. AHP (*Analytical Hierarchy Process*) menjadi *tools* pada *Targeting*.

1.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir yang melandasi diadakannya penelitian ini adalah:



Gambar 1.2 Kerangka Berpikir

1.7 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Bagi mahasiswa

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan bahan informasi yang dapat digunakan untuk memperoleh gambaran dalam penelitian yang sejenis.

2. Bagi UD. Indah Cemerlang

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan bahan pertimbangan dalam penyusunan strategi pengembangan usaha untuk waktu yang akan datang.

3. Bagi Institusi

Dilingkup program Studi Teknik Industri S-1 Institut Teknologi Nasional Malang diharapkan menjadi referensi dan acuan dalam mengembangkan usaha atau bisnis dengan menggunakan pendekatan STP dan AHP.