

## **BAB III**

### **PERMASALAHAN PERUSAHAAN**

#### **3.1 Analisa Permasalahan**

##### **3.1.1 Temuan Masalah**

###### **A. Pengelolaan Data**

Dalam usaha DS. Multidaya masih terdapat permasalahan dalam pengolahan data, karena pada dasarnya sistem pencatatan data di perusahaan ini masih menggunakan pencatatan secara manual. Hal-hal ini biasa terjadi karena ada beberapa alasan berikut :

- a. Struktur pendataan belum terstandarisasi
- b. Resiko perbedaan data bagi organisasi besar
- c. Entri data tidak konsisten
- d. Sistem yang masih konvensional
- e. Perbedaan tempat penyimpanan data

###### **B. Strategi Pemasaran**

Dalam usaha DS. Multidaya masih belum dapat melaksanakan teknik pemasaran yang baik, hal ini dikarenakan jumlah SDM yang bekerja di perusahaan tersebut masih terlalu minim. Maka dari itu, kami memerlukan beberapa SDM untuk bergabung ke perusahaan DS. Multidaya, agar teknik pemasaran tersebut dalam berjalan sesuai dengan rencana. Biasanya dalam hal pemasaran terjadi hal-hal sebagai berikut :

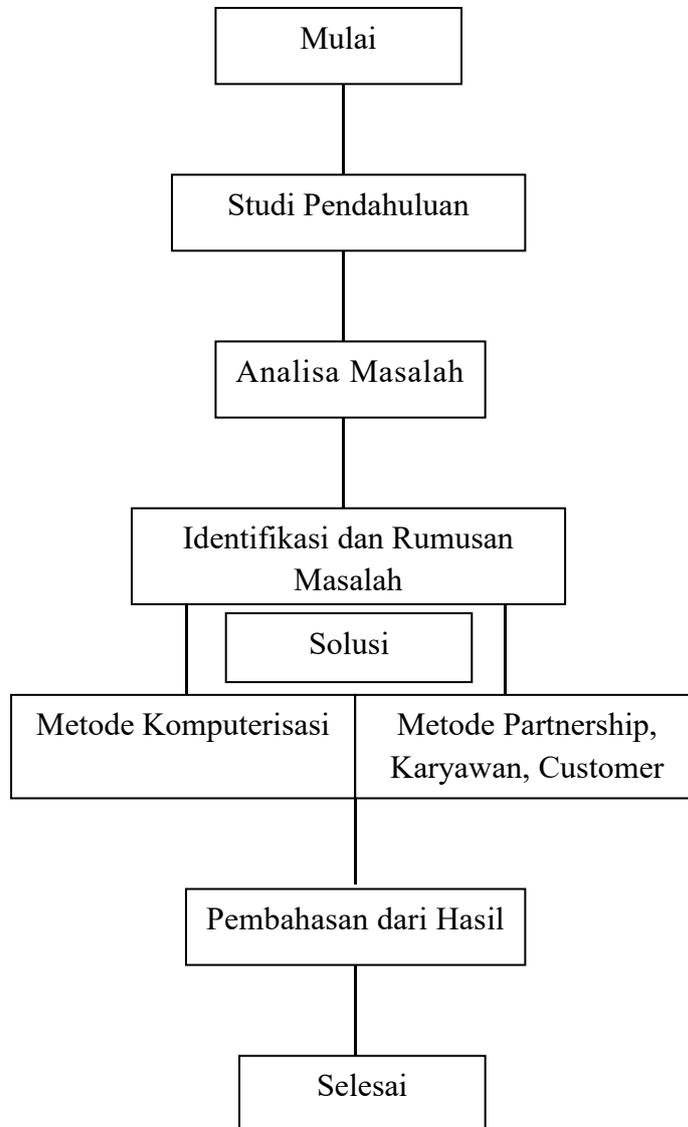
- a. Timing atau Pemilihan Waktu
- b. Pesan Iklan yang Tidak Sampai pada Konsumen
- c. Cara Promosi yang Kurang Tepat

- d. Data yang Tidak *Uptodate*
- e. Hanya Mengandalkan Satu Media untuk Beriklan
- f. Tidak Mengukur Efektivitas Promosi
- g. Kurangnya Komunikasi dengan Konsumen

### **3.1.2 Perumusan Masalah**

1. Bagaimana cara mengatasi pencatatan data yang tidak akurat?
2. Bagaimana cara memasarkan produk agar tetap stabil ?

### 3.1.3 Kerangka Pemecahan



Gambar 3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah

## **3.2 Landasan Teori**

### **3.2.1 Pengertian**

Jahe merupakan salah satu kekayaan hayati yang banyak tumbuh di Indonesia. Tanaman jahe merupakan tumbuhan atau jenis rimpang yang banyak kegunaan. Jahe biasa digunakan untuk obat-obatan atau bumbu dapur. Tanaman ini termasuk dalam tanaman rimpang, yaitu tanaman yang diambil akarnya untuk berbagai keperluan. Jahe merupakan primadona komoditi pertanian. Jahe laku dijual di Indonesia maupun diekspor ke luar negeri terutama ke Amerika dan Eropa kedua negara ini merupakan pasar potensial yang memesan jahe dalam jumlah banyak dari Indonesia dan Thailand. Rasanya yang pedas membuat tidak sedikit orang enggan memakannya. Seiring berjalannya waktu, muncullah inovasi baru berupa permen jahe yang memiliki rasa manis karena campuran gula.

Kentang, ubi kentang, ubibelanda, atau ubi benggala adalah tanaman dari suku *Solanaceae* yang memiliki umbi batang yang dapat dimakan dan disebut "kentang". Ubi kentang sekarang telah menjadi salah satu makanan pokok penting di Eropa walaupun pada awalnya didatangkan dari Amerika Selatan.

Tanaman kentang asalnya dari Amerika Selatan dan telah dibudidayakan oleh penduduk di sana sejak ribuan tahun silam. Tanaman ini merupakan herba (tanaman pendek tidak berkayu) semusim dan menyukai iklim yang sejuk. Di daerah tropis cocok ditanam di dataran tinggi.

### **Manfaat Mengonsumsi Permen Jahe**

Permen jahe juga memiliki banyak manfaat bagi tubuh. Berikut ini adalah beberapa manfaat permen jahe :

#### **1. Mengurangi Mual**

Ini adalah salah satu manfaat jahe yang paling populer. Sama seperti jahe asli, permen jahe bisa menimbulkan efek menenangkan di dalam perut sehingga mengurangi rasa mual yang muncul.

#### **2. Membantu Mengatasi Gejala Flu**

Salah satu gejala flu yang paling umum adalah hidung tersumbat dan tenggorokan gatal. Permen jahe bisa membantu mengatasinya. Efek permen jahe bisa melegakan tenggorokan dan saluran pernapasan.

### 3. Membantu Meredakan Nyeri Haid

Manfaat ini juga berhubungan dengan efek menenangkan dari permen jahe. Sensasi yang didapatkan dari mengonsumsi permen jahe ini bisa membantu tubuh untuk lebih rileks dan meredakan gejala-gejala haid seperti nyeri di bagian perut atau sakit kepala.

### 4. Membantu Menurunkan Kolesterol

Kolesterol bisa menjadi sumber berbagai jenis penyakit berbahaya jika kadarnya terlalu banyak di dalam tubuh. Kandungan zat gizi dalam permen jahe diketahui bisa membantu mengurangi kolesterol ini.

## **Manfaat Mengonsumsi Keripik Kentang**

### 1. Mencegah Penyakit Jantung

Jangan anda remehkan khasiat keripik kentang yang satu ini. Hal ini dikarenakan kandungan vitamin di dalam keripik kentang dapat mencegah penyakit jantung. Vitamin B6 dan juga vitamin C dapat membantu jantung menjadi lebih sehat. Tetapi tentunya jika keripik kentang digoreng dengan minyak yang bagus atau baru. Karena jika menggunakan minyak bekas, kandungan vitamin akan rusak.

### 2. Menjaga Sistem Imun Tubuh

Sistem imun tubuh sangat berfungsi untuk mencegah masuknya virus atau penyakit menular. Maka dari itu banyak orang yang rela makan makanan sehat untuk menjaga system imun mereka. Salah satunya adalah dengan mengonsumsi keripik kentang. Kandungan vitamin C yang terdapat pada keripik kentang membuat imun tubuh menjadi terjaga. Kemudian juga membantu tubuh anda untuk memerangi virus yang akan masuk.

### 3. Baik Untuk Kesehatan Kulit

Siapa yang tidak ingin memiliki kulit yang sehat dan juga cerah. Wanita atau pria sangat peduli terhadap kesehatan kulit mereka. Apalagi banyaknya radikal bebas, dapat membuat kesehatan kulit terganggu. Agar kesehatan kulit tidak rusak. Anda bisa mengkonsumsi keripik kentang. Beberapa kandungan di dalamnya seperti magnesium, kalium dan fosfor sangat baik untuk kulit. Maka tak heran jika banyak orang yang mengganti cemilan mereka dengan keripik kentang.

#### 4. Menjaga Tekanan darah

Tekanan darah tinggi adalah penyebab terbanyak orang terkena serangan jantung dan juga *stroke*. Untuk itu mulailah mengganti cemilan anda dengan yang lebih sehat. Keripik kentang bisa menjadi solusi anda untuk menjaga tekanan darah anda. Hal ini mungkin sulit dipercaya, namun nyatanya dengan memakan keripik kentang, tekanan darah anda akan turun. Kandungan seperti kalium dan kalsium yang membantu darah anda turun. Namun tetap di batas normal tekanan darah.

Produksi permen jahe dan keripik kentang tidak terlepas dari bagian-bagian dalam

pencatatan, ada 2 model pencatatan dalam pengolahan data :

##### a. Pencatatan Kronologis

Observer mencatat sesuai urutan perilaku atau urutan kejadian.

##### b. Pencatatan Sistematis

Observer mencatat dengan menggunakan pedoman tertentu dan observer mencatat kuantifikasi/frekuensi kemunculan perilaku/kejadian.

Adapun siklus pengolahan data pada komputer yaitu sebagai berikut :

#### 1. Pengertian Siklus Pengolahan Data

Pengolahan data adalah proses mengubah informasi yang ada menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Siklus pengolahan data merujuk pada tahapan yang dilalui saat mengolah data. Pengolahan data

dengan menggunakan komputer disebut dengan istilah *Electronic Data Processing* (EDP). Siklus pengolahan data pada dasarnya ada tiga tahapan yaitu *Input, Processing, dan Output*. Tahap tersebut kemudian dikembangkan dengan menambahkan tahap *Storage* dan menjadi model siklus pengolahan data.

## 2. *Origination dan Input*

*Origination* adalah tahapan pertama yang dalam siklus pengolahan data yang mana merupakan aktivitas mengumpulkan, mencari, dan mencatat data yang diperlukan atau diolah. Tahap ini dilakukan secara manual dan belum menggunakan komputer. Tahap selanjutnya setelah data terkumpul yaitu *input*. Tahap ini merupakan proses memasukkan data-data yang sudah terkumpul menggunakan perangkat input.

## 3. *Processing dan Output*

Tahap selanjutnya setelah menginput data yaitu memproses data atau *processing*. Pada tahap ini data diolah untuk memperoleh informasi seperti melakukan perhitungan, manipulasi data, pengurutan, pengelompokan data, dan sebagainya sesuai yang diperlukan. Unit pemrosesan disebut dengan CPU (*Central Processing Unit*) yang bekerja dengan aritmatika dan logika terhadap data yang ada atau yang sudah diinput sebelumnya. Unit pemrosesan terdiri dari ALU (*Arithmetic Logical Unit*) yang berfungsi memproses data berbentuk angka dan logical seperti matematika dan statistika, dan CU (*Control Unit*) yang berfungsi mengontrol proses yang dilakukan sebelum memberikan output. Data yang sudah diproses akan menghasilkan keluaran atau output. Output berisikan informasi yang dibutuhkan yang dapat berupa angka, kata, simbol tertentu, grafik, suara, maupun karakter khusus.

## 4. *Distribution dan Storage*

Hasil output dari data yang telah diproses sebelumnya kemudian dilakukan *distribution*. Tahapan ini merupakan aktivitas menyalurkan atau membagikan informasi yang diperoleh kepada pihak-pihak atau orang-orang terkait yang membutuhkan informasi tersebut. Lalu tahapan *storage*, dimana

tahap ini merupakan proses penyimpanan hasil pengolahan sehingga nantinya dapat digunakan kembali untuk proses pengolahan data di waktu mendatang.

Dalam prinsipnya untuk siklus pemasaran ini terdiri dari tiga macam tahapan, yaitu :

### **1. *Attract* (Menarik).**

Menentukan target pasar dan harus lebih berfokus kepada pasar yang sedang dituju adalah hal yang sangat krusial. Karena dengan jalan mengetahui segmen yang ingin dituju, maka Anda akan dapat menentukan strategi pemasaran yang lebih tepat, sehingga tingkat efisien dalam hal penggunaan anggaran promosi akan menjadi lebih baik dan tepat sasaran. Target market yang lebih spesifik akan sangat membantu dalam mengevaluasi alasan mengapa mereka ingin membeli sebuah produk dan akan mengelompokkannya berdasarkan minat yang sama.

Setelah mampu menentukan siapa saja yang nantinya akan menjadi target konsumen, maka langkah selanjutnya kita harus mencari tahu dimana mereka seringkali datang untuk mendapatkan produk dari kita. Beberapa hal yang harus dipertimbangkan tentang berbagai kemudahan dari akses tersebut adalah berupa lokasi, cara pembelian (*online/offline*, melalui aplikasi), *event* promo, dan lain sebagainya. Setelah mengetahui tentang bagaimana mereka dapat mengakses produk-produk kita, maka kita akan dapat menentukan seputar upaya pemasaran dari lokasi yang sesuai dengan target pasar kita.

Pada saat Anda telah sukses menarik minat dari para customer, maka tentunya kita juga ingin memastikan bahwa konsumen akan semakin terus mengingat kita. hal ini masih dapat kita lakukan dengan cara memberikan nilai tambah pada produk atau jasa seperti halnya *full support*, memberikan *gift* atau *complementary*. Konsumen tidak hanya akan semakin mengingat produk dari kita, namun mereka juga akan mengingatnya sebagai bentuk untuk membangun kepercayaan antara kita dengan para konsumen.

## **2. Sell (Menjual).**

Pada fase ini konsumen memiliki akses untuk mendapatkan informasi yang lebih mendetail tentang produk kita. Mereka akan melakukan *survey* terlebih dahulu sebelum akhirnya akan memutuskan untuk membeli produk dari kita, yang mana permasalahan harga dan nilai yang menjadi perhatian khusus bagi mereka. Strategi dalam berpromosi yang dinilai paling efektif adalah dengan jalan menempatkan produk kita sebagai pilihan yang diinginkan pada saat konsumen sudah merasa siap untuk melakukan pembelian. Kita bisa melakukan hal itu dengan cara memahami tentang apa saja yang menjadi kebutuhan dan keinginan mereka dan kemudian akan melakukan edukasi terhadap para konsumen. Melalui proses edukasi itulah maka para konsumen akan lebih memperhatikan brand Anda dan merasa lebih termotivasi untuk membelinya.

Setelah para konsumen sudah mulai jatuh hati dengan brand produk kita, maka langkah selanjutnya adalah akan dapat mengestimasi saat terbaik untuk memberikan penawaran khusus. Penawaran khusus yang dimaksudkan disini adalah untuk semakin mempermudah proses penjualan dengan proses pembelian para konsumen. Pada saat konsumen sudah melakukan pembelian, maka proses tersebut tidak hanya sebatas kepada penerimaan uang atau barang saja. Namun tidak akan menutup kemungkinan akan adanya beberapa kesepakatan atau hal yang harus segera dinegosiasikan untuk selanjutnya.

## **3. Produk dan Layanan Yang Lebih Istimewa.**

Persaingan dunia usaha yang semakin ketat saat ini, semakin menuntut para pelaku usaha untuk berusaha lebih keras lagi dalam mempertahankan bisnisnya dengan cara membuat berbagai inovasi yang menjadikan produknya semakin unik dan berbeda dari para kompetitornya. Menyajikan produk yang lebih unik dan menarik, layanan yang lebih istimewa, dan memberikan nilai tambah yang bisa melampaui harapan mereka, akan menjadikan para konsumen merasa enggan untuk berpindah ke brand dari produk lain dan mereka tidak akan segan-segan untuk mereferensikan produk kita kepada rekan-rekannya.

### **3.3 Metode yang Digunakan**

#### **1. Metode Observasi**

Metode ini digunakan jika penulis ingin menghindari kesalahan yang dapat menjadi hasil bisa selama proses evaluasi dan interpretasi. Oleh karena itulah cara untuk metode pengumpulan data yang obyektif dengan melihat partisipan dan merekamnya untuk dianalisis di tahap selanjutnya.

#### **2. Metode *By Order***

Metode ini digunakan untuk DS.Multidaya untuk menghitung persediaan awal sebelum produk tersebut sampai ke tangan konsumen. Oleh karena itu, metode ini lebih efisien digunakan untuk para wirausaha atau UMKM.

### **3.4. Rancangan Program**

#### **1. Analisis**

Pertama-tama lakukan analisa mendalam terkait hal-hal penting yang perlu di garis bawahi, terutama persediaan dan permintaan sebelum melakukan produksi.

#### **2. Ide Dasar**

Dalam proses produksi harus menentukan ide dasar yang berhubungan dengan persediaan untuk menutupi lonjaknya permintaan.

#### **3. Tujuan**

Jangan lupa untuk menentukan tujuan dari penyusunan program. Dalam hal ini, tujuan tidak boleh bertentangan dengan ide dasar.

#### **4. Tempat dan Waktu**

Tentukan tempat dan waktu pelaksanaan agar proses produksi dapat berjalan secara efektif.

#### **5. Tim Pelaksana**

Suatu program tidak akan berjalan dengan maksimal tanpa adanya dukungan dari SDM, maka dari itu tim pelaksana harus diisi oleh orang-orang yang aktif.

#### **6. Subjek Sasaran**

Pemilihan subjek dapat berjalan secara efektif dan baik apabila diaplikasikan sesuai dengan sasaran.

7. Menentukan Variasi

Menentukan variasi baru dalam jenis produk yang dihasilkan.

8. Ukuran Keberhasilan

Adapun unsur keberhasilan dari indikator testimony lapangan.