

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia tidak terlepas dari proses pemulihan ekonomi akibat pandemi *covid-19*. Dalam melaksanakan pemulihan ekonomi, Indonesia mendapati tekanan dan tantangan yang harus dihadapi, salah satunya yaitu terkait resesi global tahun 2023. Dunia usaha (bisnis) juga tidak luput dari tekanan akibat adanya proses pemulihan ekonomi tersebut. Pemulihan ekonomi ini tidak mengembalikan suatu ekonomi pada kondisi sebelum pandemi covid-19 terjadi. Dunia usaha akan menemui *new equilibrium* atau keseimbangan baru. Di dalam dunia usaha seorang pengusaha harus melihat dari dua sisi. Jika seorang pengusaha mendapati suatu tekanan, maka ia harus mampu melihat peluang. Di tengah menikmati peluang, pengusaha harus selalu mengantisipasi ancaman. Hal ini dilakukan guna menentukan strategi bisnis yang paling tepat agar bisnis yang dijalankan dapat bertahan dan terus berkembang.

Masing-masing bisnis tentunya mempunyai strategi dalam menjalankan usahanya. Permasalahannya adalah sudah tepatkah strategi tersebut diterapkan? Sebab jika strategi yang diterapkan oleh perusahaan tersebut ternyata tidak sesuai dengan situasi dan keadaan yang sebenarnya, maka tidak menutup kemungkinan strategi tersebut akan mengakibatkan kegagalan.

Arief dan Yadewani (2021) menyatakan bahwa strategi merupakan sebuah rencana yang dibuat oleh seseorang atau perusahaan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan yang dimaksud disini ialah terkait tujuan bisnis yang dijalankan. Strategi memberikan kesatuan arah kepada seluruh anggota organisasi atau perusahaan. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil akan cenderung hanya berdasarkan intuisi dan mengabaikan keputusan lainnya. Strategi merupakan cara guna mencapai sasaran jangka panjang. Sasaran perlu untuk keberhasilan organisasi atau perusahaan karena menyatakan arah, membantu dalam evaluasi, menciptakan sinergi, mengungkapkan prioritas, memfokuskan koordinasi, dan menyediakan dasar untuk perencanaan, pengorganisasian, memotivasi, dan mengendalikan aktivitas secara efektif. Strategi yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha dapat termasuk perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan (Pamungkur dan Sunarmie, 2018).

Analisis faktor internal dan eksternal merupakan faktor penting dalam merumuskan strategi bisnis perusahaan. Setiap perusahaan dapat mempunyai tujuan yang sama, akan tetapi strategi yang digunakan mungkin berbeda disesuaikan dengan kemampuan masing-masing (kekuatan dan kelemahan) serta peluang dan ancaman dari lingkungan yang dihadapi (Pamungkur dan Sunarmie, 2018). Rangkuti (2016: 19) menyatakan bahwa analisis faktor internal dan faktor eksternal ini berlandaskan pada logika yang mampu memaksimalkan *strength* dan *opportunity*, tetapi sekaligus mampu untuk meminimalisir *weakness* dan *threat* yang dihadapi.

Rahim dan Radjab (2017: 11) menyatakan bahwa kekuatan adalah komparatif bagi perusahaan di pasar, kekuatan dapat berupa sumber daya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan lain, relatif terhadap pesaing dan kebutuhan dasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan; kelemahan dapat berupa keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan; peluang dapat dikatakan sebagai suatu situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan; dan ancaman bisa dikatakan seperti pengganggu utama bagi posisi sekarang maupun yang diinginkan perusahaan.

Dunia bisnis juga tidak terlepas dari keberadaan dan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha yang menyentuh kepentingan masyarakat (Herlina, dkk., 2019). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dewasa ini harus mampu untuk mengikuti dan mengantisipasi perubahan yang terjadi pada dunia bisnis, baik secara internal maupun eksternal.

Di Indonesia, UMKM, baik skala Mikro, Kecil, dan Menengah, mempunyai peran penting dalam kehidupan masyarakat. Melimpahnya keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) disebut berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja. Usaha Mikro Kecil dan Menengah juga dinilai lebih mampu untuk bertahan dalam menghadapi situasi Negara. Pernyataan tersebut didasari dengan adanya krisis moneter yang terjadi pada tahun 1999, yang mana sejumlah konglomerat pada saat itu berguguran, namun para pengusaha kecil tetap bertahan (Herlina, dkk., 2019).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga menghadapi sejumlah permasalahan-permasalahan. Umumnya permasalahan yang paling banyak

dihadapi oleh pengusaha UMKM ialah masalah kurangnya ketersediaan sumber modal, disusul masalah kurangnya keterampilan Sumber Daya Manusia (SDM), serta kurangnya ketersediaan bahan baku yang termasuk menjadi permasalahan serius. Permasalahan UMKM lainnya yang tidak dapat diabaikan yakni meliputi persaingan, lokasi, perijinan, pemasaran dan sebagainya (Arief dan Yadewani, 2021).

Bisnis kuliner merupakan salah satu UMKM yang dewasa ini semakin berkembang dan memiliki potensi yang cukup besar. Melalui bisnis kuliner ini, sejumlah pengusaha telah berhasil meraup keuntungan yang menjanjikan. Sempol ayam merupakan salah satu dari sekian banyak jenis jajanan yang diujakan oleh sejumlah pebisnis yang bergerak di bidang kuliner. Sempol ayam ialah jajanan yang berbahan dasar daging ayam giling, yang diadon bersamaan dengan tepung terigu, tepung tapioka, bumbu dan dililit pada tusuk sate atau tusuk sempol. Biasanya sempol ayam disajikan dengan cara digoreng dengan dilumuri kocokan telur. Sempol ayam yang gurih ini disajikan dengan dilengkapi saos yang bercita rasa pedas dan manis.

Salah satu pelaku bisnis yang menggeluti usaha kuliner sempol ayam ialah Bapak Wahid. Bapak Wahid merupakan pemilik usaha sempol ayam yang la beri nama "Sempol Ayam Jawara". Usaha Sempol Ayam Jawara merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner yang berupa sempol yang memiliki rasa daging yang kuat dengan berbahan dasar daging ayam. Usaha Sempol Ayam Jawara ini dirintis pada tahun 2022. Perintisan usaha ini dilakukan sang pemilik atas dasar sulitnya mencari pendapatan. Usaha Sempol Ayam Jawara merupakan salah satu usaha kuliner yang berasal dari kota Metro.

Usaha Sempol Ayam Jawara ini telah memiliki 1 cabang di Kabupaten Lampung Utara, 1 mitra dagang di Kabupaten Tulang Bawang Barat dan 1 mitra dagang di Kabupaten Lampung Timur. Sebelumnya, Sempol Ayam Jawara memiliki 2 mitra dagang di Kabupaten Lampung Timur. Namun, berdasarkan informasi yang diperoleh pada saat pra wawancara salah satu mitranya memutuskan untuk berhenti bekerja sama terhitung mulai bulan November 2023 sebab penjualan yang didapat relatif rendah. Pemilik mengungkapkan bahwa penjualan yang rendah ini diakibatkan oleh pihak mitra yang tidak konsisten dalam memasok persediaan produk. Pihak mitra pernah hanya memesan sempol ayam sebanyak 300 tusuk dan tidak melakukan pemesanan kembali dalam jangka waktu kurang lebih dua minggu.

Selain itu, saat dilakukan pra wawancara ditemukan bahwa Usaha Sempol Ayam Jawa juga sempat membuka cabang di daerah Kabupaten Tulang Bawang Barat namun tidak dapat bertahan dan berhenti beroperasi mulai bulan Mei 2023 dikarenakan pendapatan yang diperoleh sangat rendah dan tidak dapat mencukupi biaya operasional yang diperlukan. Dalam satu harinya, cabang usaha di Kabupaten Tulang Bawang Barat seringkali hanya berhasil menjual sempol ayam kurang lebih 50 tusuk. Menurut pemilik Usaha Sempol Ayam Jawa, rendahnya daya beli konsumen dan rendahnya kebiasaan untuk jajan disekitar area dagang di cabang Kabupaten Tulang Bawang Barat ini menjadi faktor pemicu minimnya penjualan yang dihasilkan.

Seiring berjalannya waktu, usaha Sempol Ayam Jawa pun menghadapi rintangan lain dalam berbisnis. Salah satunya yaitu munculnya kompetitor yang menjajakan sempol ayam di sekitar area dagang. Menurut keterangan dari pemilik usaha, Sempol Ayam Juara yang berlokasi di Metro Pusat, Kota Metro dan Sempol Sultan yang berlokasi di Abung Surakarta, Kabupaten Lampung Utara merupakan contoh kompetitor baru yang muncul setelah beberapa waktu Usaha Sempol Ayam Jawa beroperasi. Pemilik usaha juga menambahkan bahwa sejumlah pesaing ini pun kerap kali memodifikasi varian sempol dan saus pendamping untuk menarik minat calon konsumen. Tak jarang kompetitor juga menawarkan harga yang sangat rendah untuk konsumen akhir sehingga memunculkan persaingan yang tidak sehat. Seperti kompetitor yang memberikan 15 bahkan 22 buah sempol ayam dengan harga Rp 10.000 saja.

Saat kompetitor baru muncul di sekitar area dagang, maka dinamika bisnis akan berubah. Hal ini tentunya mengancam keberlangsungan usaha Sempol Ayam Jawa. Persaingan yang semakin ketat mendorong Usaha Sempol Ayam Jawa untuk lebih responsif terhadap perubahan. Usaha Sempol Ayam Jawa dituntut untuk mengevaluasi strateginya guna menjaga relevansi dan posisinya di pasar. Berikut ini disajikan tabel yang memuat informasi terkait omset pendapatan Sempol Ayam Jawa.

Tabel 1. Pendapatan Usaha Sempol Ayam Jawa Periode April 2022-Maret 2024

Bulan	Thn	Pembelian End User (Buah)	Pendapatan (Rp)	Pemenuhan Mitra (Buah)	Pendapatan (Rp)	Jumlah
April	2022	3.019	3.019.000	0	0	3.019.000
Mei	2022	2.986	2.986.000	0	0	2.986.000
Juni	2022	3.372	3.372.000	0	0	3.372.000
Juli	2022	3.267	3.267.000	0	0	3.267.000
Agustus	2022	3.514	3.514.000	0	0	3.514.000
September	2022	3.538	3.538.000	0	0	3.538.000
Oktober	2022	12.020	12.020.000	0	0	12.020.000
November	2022	12.026	12.026.000	0	0	12.026.000
Desember	2022	12.030	12.030.000	3.000	1.800.000	13.830.000
Januari	2023	18.001	18.001.000	3.000	1.800.000	19.801.000
Februari	2023	16.805	16.805.000	2.800	1.680.000	18.485.000
Maret	2023	16.507	16.507.000	3.000	1.800.000	18.307.000
April	2023	15.757	15.757.000	2.500	1.500.000	17.257.000
Mei	2023	18.003	18.003.000	3.000	1.800.000	19.803.000
Juni	2023	18.010	18.010.000	3.000	1.800.000	19.810.000
Juli	2023	15.008	15.008.000	3.000	1.800.000	16.808.000
Agustus	2023	15.012	15.012.000	3.000	1.800.000	16.812.000
September	2023	13.514	13.514.000	10.200	6.120.000	19.634.000
Oktober	2023	13.518	13.518.000	9.600	5.760.000	19.278.000
November	2023	10.567	10.567.000	9.000	5.400.000	15.967.000
Desember	2023	10.572	10.572.000	10.500	6.300.000	16.872.000
Januari	2024	10.593	10.593.000	10.500	6.300.000	16.893.000
Februari	2024	10.180	10.180.000	10.150	6.090.000	16.270.000
Maret	2024	10.022	10.022.000	8.500	5.100.000	15.122.000

Sumber: Usaha Sempol Ayam Jawa (diolah: 2024)

Dari tabel 1, dapat diketahui bahwa pendapatan Sempol Ayam Jawa cenderung naik turun dan kurang stabil. Selain itu berdasarkan hasil pra wawancara yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa Sempol Ayam Jawa menghadapi permasalahan terkait harga bahan baku. Pemilik usaha mengungkapkan bahwa bahan baku saat hari-hari tertentu kerap kali mengalami kelonjakan harga, seperti pada saat bulan Ramadhan serta saat mendekati hari perayaan natal dan tahun baru yang mengalami kenaikan harga sekitar 6% sampai 7%. Kenaikan harga bahan baku ini dapat menjadi beban yang cukup signifikan bagi Usaha Sempol Ayam Jawa. Hal ini bisa berdampak pada biaya

produksi yang meningkat dan pada gilirannya dapat mengurangi profit yang dihasilkan.

Pada saat pra wawancara, Bapak Wahid selaku pemilik usaha juga menyatakan bahwa usaha sempol cenderung mudah untuk ditiru karena konsepnya yang sederhana serta bahan-bahan produksinya yang umum. Pemilik menambahkan bahwa kemunculan kompetitor dagang setelah Usaha Sempol Ayam Jawara beroperasi menjadi bukti yang kuat dan relevan terkait kemudahan peniruan konsep dari sempol ayam itu sendiri. Sempol ayam merupakan jajanan yang populer dan memiliki permintaan yang cukup tinggi, sehingga menarik banyak orang untuk menekuni bisnis ini. Hal ini memicu Usaha Sempol Ayam Jawara untuk menjaga citra, kualitas dan cita rasa secara konsisten. Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang telah dipaparkan tersebut, maka penulis tergerak untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sempol Ayam Jawara Kota Metro”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan identifikasi masalah pada penelitian ini. Adapun identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Harga bahan baku yang melonjak tinggi pada saat-saat tertentu.
2. Ditutupnya cabang usaha di Kabupaten Tulang Bawang Barat dan berhentinya kerjasama dengan 1 mitra dagang di Kabupaten Lampung Timur karena penjualan yang didapat rendah dan tidak mencukupi biaya operasional yang dibutuhkan.
3. Munculnya kompetitor dagang yang bersaing dengan Sempol Ayam Jawara.
4. Konsep usaha yang mudah untuk ditiru.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi usaha Sempol Ayam Jawara saat ini berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal?
2. Bagaimana strategi bisnis yang tepat untuk diterapkan pada usaha Sempol Ayam Jawara guna menghadapi lingkungan bisnisnya?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui kondisi usaha Sempol Ayam Jawa saat ini berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal.
2. Menemukan strategi bisnis yang tepat untuk diterapkan usaha Sempol Ayam Jawa dalam menghadapi lingkungan bisnisnya.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi Institusi Pendidikan

Penelitian ini dapat dijadikan melengkapi informasi yang memuat terkait manajemen strategi pada suatu bisnis beserta potensinya dalam membangun ekonomi, dengan fokus pada keperluan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro.

2. Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil penemuan strategi yang dapat digunakan oleh pengambil keputusan (*decision maker*) dalam rangka memajukan UMKM.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memperluas wawasan peneliti terkait UMKM dan bisnis yang berfokus pada manajemen strategi. Penelitian ini juga merupakan sebagai bentuk realisasi dan penerapan ilmu yang telah diberikan kepada peneliti selama perkuliahan.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini hanya mencakup pembahasan terkait "Analisis Strategi Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sempol Ayam Jawa".

G. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran dalam pembahasan, maka sistematika penulisan disusun dengan tahapan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini berisi terkait kajian literatur, penelitian relevan, dan kerangka pemikiran.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi terkait jenis penelitian, objek dan lokasi penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional, dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi terkait pemaparan dari data yang telah dikumpulkan dan diolah dalam gambaran umum objek penelitian dan hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berisi terkait kesimpulan dan saran.

DAFTAR LITERATUR

Daftar literatur berisi uraian terkait nama penulis, judul tulisan, penerbit identitas penerbit, serta tahun terbit yang dijadikan rujukan atau sumber dari penelitian ini.

LAMPIRAN

Lampiran berisikan informasi tambahan yang disertakan dalam dokumen penelitian. Lampiran dapat berupa teks, seperti dokumen pendukung ataupun gambar, foto dan lain sebagainya.