

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan bisnis di Indonesia belakangan ini semakin meningkat dan persaingan yang dilakukan semakin kompleks dengan bantuan teknologi perubahan yang terjadi sangatlah cepat. Proses bisnis dengan manajerial yang mudah dimengerti dan pemilik berperan langsung sebagai pengelola yang berinteraksi dengan konsumen sangat mudah dilakukan sehingga keadaan ini menimbulkan semakin banyaknya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terbentuk di masyarakat.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 tentang Ketentuan Umum, pengertian UMKM adalah :

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.

- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

UMKM di Indonesia sangat berkembang dan menjadi salah satu kekuatan dalam pembangunan ekonomi, menciptakan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan yang lebih luas. Pemerintah sangat mendukung keberadaan UMKM dan berharap dengan adanya UMKM dapat mengurangi angka pengangguran di Indonesia dan berperan serta dalam membangun perekonomian daerah.

Kriteria UMKM disebutkan dalam Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008

BAB IV Pasal 6, yaitu :

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut :
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau;
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau;
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Salah satu provinsi yang ada di Indonesia yaitu di Jawa Barat yang sedang fokus pada pengembangan UMKM berada di kabupaten Sumedang yang mulai berkembang. UMKM ini sangat banyak bermunculan dalam berbagai bidang, salah satu bidangnya yaitu usaha perdagangan yaitu warung yang berfungsi untuk menjual produk kebutuhan sehari-hari.

Salah satu contoh UMKM yang berada di kabupaten Sumedang kecamatan Tanjungsari yaitu Warung Douglas. Usaha Warung Douglas ini didirikan oleh Bapak Manalasa dan Ibu Nurhaita sejak tahun 2000 di Perumahan Tanjungsari Permai Blok Q No 4 Desa Raharja, Kec. Tanjungsari. Warung Douglas mulai beroperasi pada pukul 05.00 WIB–22.00 WIB. Diawali dengan hanya berjualan produk sembako, sayuran dan snack hingga sekarang sudah banyak macam produk yang dijual dengan variasi yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sasaran konsumen Warung Douglas ini adalah masyarakat sekitar lingkungan Warung ini berada, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa karena produk yang dijual di Warung ini tidak terbatas pada usia.

Seiring bertambahnya masyarakat dilingkungan Perum Tanjungsari Permai kebutuhan sehari-hari akan meningkat. Hal itu terjadi dilingkungan Perumahan Tanjungsari Permai pada tahun 2020 jumlah kepala rumah tangga yang tinggal dilingkungan sebanyak 100 kepala rumah tangga kemudian meningkat di tahun 2021 menjadi 110 dan terakhir tahun 2022 menjadi 130 kepala rumah tangga. Hal ini membuat masyarakat meningkat untuk membeli kebutuhan di Warung Douglas. Potensi lainnya tepat di perempatan jalan ada tempat anak-anak muda Perumahan berkumpul hal tersebut juga mempengaruhi kemajuan Warung Douglas. Kemudian seiring berkembangnya teknologi kebutuhan pokok dapat dipesan melalui WA sehingga memudahkan konsumen untuk berbelanja.

Berdasarkan kriteria UMKM dari Undang-Undang diatas yang sudah dijabarkan, peneliti memilih penelitian di Warung Douglas yang dikategorikan dalam Usaha Mikro dilihat dari jumlah kekayaan bersih Rp. 45.000.000,00 (empat puluh lima juta rupiah) dan hasil rata-rata penjualan setiap tahunnya mencapai Rp. 280.425.000 (dua ratus delapan puluh juta empat ratus dua puluh lima ribu rupiah). Kemudian sasaran konsumen yang dituju Warung Douglas adalah masyarakat sekitar lingkungan tempat usaha ini berada. Berikut produk yang dijual dan perbandingan harga produk yang dijual Warung Douglas dengan pesaing:

**Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Produk Warung Douglas dan Pesaing**

No	Jenis Produk	Harga Produk Warung Douglas	Harga Produk Pesaing
1.	Bahan pokok (beras, gula, minyak goreng, tepung)	Rp. 4.000 - Rp. 25.000	Rp. 5.000 - Rp. 30.000
2.	Snack (chiki, permen, cookies, minuman)	Rp. 500 - Rp. 2.000	Rp. 1.000 - Rp. 5.000
3.	Isi ulang gas (3kg)	Rp. 25.000	-
4.	Pembersih pakaian (detergen bubuk, detergen cair, pelembut, pemutih)	Rp. 500 - Rp. 5.000	Rp. 1.000 - Rp. 10.000
5.	Peralatan mandi (shampo, sikat gigi, pasta gigi, sabun)	Rp. 500 - Rp. 5.000	Rp. 1.000 - Rp. 20.000
6.	Bumbu masak (garam, bumbu instan, saus, kecap)	Rp. 500 - Rp. 10.000	Rp. 1.000 - Rp. 20.000
7.	Rokok	Rp. 15.000 - Rp. 25.000	Rp. 20.000 - Rp. 30.000

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 produk yang dijual oleh Warung Douglas dan pesaing memiliki banyak persamaan tetapi yang membedakannya yaitu produk yang dijual Warung Douglas lebih banyak variasi yang dijual dan harga yang dijual lebih terjangkau dibandingkan dengan produk pesaing.

Usaha ini sejak didirikan memasarkan produknya secara tradisional dimana konsumen datang langsung ke Warung Douglas namun seiring berjalannya waktu pemasaran yang dilakukan Warung Douglas dapat dilakukan secara modern dengan cara memesan melalui whatsapp dan akan diantarkan kepada konsumen yang memesan. Seiring berjalannya waktu muncul usaha sejenis ini di lingkungan sekitar tempat usaha ini berada yang membuat persaingan bertambah.

Munculnya pesaing mengharuskan Warung Douglas melakukan pengembangan strategi usaha untuk membuat konsumen tetap bertahan dan tidak berganti ke pesaing. Warung Douglas memiliki perkembangan usaha yang tergolong baik ditunjukkan dengan volume penjualan yang cenderung meningkat.

**Tabel 1. 2 Volume Penjualan Warung Douglas**

<b>Tahun</b>	<b>Volume Penjualan (Rp)</b>	<b>Perkembangan Penjualan (%)</b>
2017	280.425.000	-
2018	295.975.000	5
2019	302.255.000	3
2020	275.350.000	-9
2021	286.950.000	4

Sumber : Laporan Keuangan Usaha Warung Douglas Tahun 2017-2021

Berdasarkan Tabel 1.2 terlihat bahwa pada tahun 2018, Warung Douglas mengalami kenaikan penjualan sebanyak 5% dari tahun 2017 sebesar Rp. 280.425.000 (dua ratus delapan puluh juta empat ratus dua puluh lima ribu rupiah) kemudian tahun 2018 menjadi Rp 295.975.000 (dua ratus sembilan puluh lima juta sembilan ratus tujuh puluh lima ribu rupiah). Volume penjualan mulai meningkat dari tahun 2018 menuju tahun 2019 dikarenakan Warung Douglas mulai menjual isi ulang gas (3 kg) sehingga volume penjualan mengalami peningkatan.

Namun pada tahun 2020 Warung Douglas mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu sebesar -9% hal ini dikarenakan munculnya pandemi Covid 19 sehingga banyak konsumen yang jarang keluar rumah untuk berbelanja. Pada tahun 2021 volume penjualan mulai meningkat dari tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp. 286.950.000 (dua ratus delapan puluh enam juta sembilan ratus lima puluh ribu rupiah) atau mengalami kenaikan penjualan sebesar 4% dari tahun 2020.

**Tabel 1.3 Kelebihan dan Kekurangan Warung Douglas dan Pesaing**

No.	Faktor Perbedaan	Nama Warung				
		Warung Douglas	Warung Jejen	Warung Bu Akum	Warung Bu Mundus	Warung Kevin
1.	Tata letak produk	Tertata rapih	Tertata rapih	Tidak tertata rapih	Tidak tertata rapih	Tertata rapih
2.	Lokasi	Strategis	Strategis	Tidak strategis	Tidak strategis	Tidak strategis
3.	Kelengkapan produk	Lengkap	Lengkap	Tidak	Tidak	Tidak
4.	Harga yang ditawarkan	Pasaran	Lebih mahal	Pasaran	Pasaran	Pasaran
5.	Pelayanan	Ramah, sopan	Lama, sopan	Lama	Lama, kurang sopan	Lama, kurang sopan
6.	Jam operasional	Teratur	Tidak	Jarang	Tidak teratur	Tidak teratur

Sumber : Hasil Wawancara

Berdasarkan Tabel 1.3 terlihat perbandingan Warung Douglas dengan warung sekitar yang menimbulkan persaingan dan jenis produk yang dijual serupa dengan Warung Douglas. Untuk mempertahankan dan lebih mengembangkan Warung Douglas, tentunya membutuhkan strategi usaha yang tepat untuk dilakukan. Sehingga dibutuhkan alat analisis untuk membantu membuat strategi

usaha yang tepat dalam menghadapi persaingan usaha, salah satunya adalah dengan menggunakan Analisis SWOT.

Analisis SWOT sering digunakan untuk memformulasikan strategi yang tepat untuk mengembangkan suatu usaha, analisis ini dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) dan meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (2017:10). Analisis SWOT mencakup beberapa hal diantaranya : *strength* (kekuatan) terdapat pada sumber daya yang dimiliki atau ciri khas yang berbeda dan berasal dari bagian internal usaha, *weakness* (kelemahan) terdapat pada hal kurangnya sumber daya yang dibutuhkan yang berasal dari internal usaha, *opportunity* (peluang) terdapat pada kondisi lingkungan eksternal yang memiliki potensi untuk meningkatkan usaha, dan *threats* (ancaman) terdapat pada lingkungan eksternal usaha yang dapat menghambat usaha.

Berdasarkan latar belakang tersebut tentang pentingnya strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha supaya dapat bersaing dengan usaha lainnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis SWOT Dalam Upaya Pengembangan Usaha Warung Douglas**”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan untuk lebih menjelaskan permasalahan lebih detail, maka penelitian akan menganalisis SWOT dengan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha Warung Douglas.



2. Alternatif-alternatif strategi yang dapat digunakan dalam upaya pengembangan usaha Warung Douglas.
3. Strategi yang digunakan dalam upaya pengembangan usaha Warung Douglas

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah menganalisis usaha Warung Douglas untuk mendapatkan strategi pengembangan usaha Warung Douglas dengan menggunakan analisis SWOT.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan tujuan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kondisi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha Warung Douglas.
2. Untuk mengetahui alternatif-alternatif strategi yang dapat digunakan dalam upaya pengembangan usaha Warung Douglas.
3. Untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam upaya pengembangan Warung Douglas.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan dalam ilmu pengetahuan di bidang manajemen bisnis dan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang meneliti dengan topik penelitian yang sama.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Warung Douglas dalam mengembangkan usahanya. Serta menjadi bahan evaluasi bagi Warung Douglas agar menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis kedepannya. Bagi peneliti lain, diharapkan bisa sebagai referensi untuk penelitian lain dibidang yang sama.