

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan suatu negara dapat dilihat dari pertumbuhan ekonominya, Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi ekonomi yang tinggi. Perkembangan ekonomi pada saat ini terus meningkat sejalan dengan perkembangan globalisasi baik di bidang usaha, perdagangan, maupun di bidang informasi dan teknologi. Meningkatnya perekonomian negara tidak terlepas dari peran pemerintah yang terus mengoptimalkan kebijakan yang telah ditetapkan dalam upaya meningkatkan pendapatan negara, serta partisipasi masyarakat untuk mewujudkan kesejahteraannya.

Dalam upaya meningkatkan perekonomian negara pada tahun 2020, Indonesia mengalami kendala yang cukup besar dengan adanya pandemi covid-19. Pandemi tersebut tidak hanya dirasakan oleh Indonesia melainkan hampir seluruh negara mengalaminya. Pandemi covid-19 membawa perekonomian nasional dan global ke arah resesi ekonomi, pendapatan negara pada tahun tersebut terus menurun hingga pada kuartal II-2020 yang mana pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai angka negatif 5,3 %. Untuk menghadapi masalah perekonomian negara yang menurun drastis, pemerintah melakukan upaya pemberdayaan pada sektor yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia yaitu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Meningkat atau menurunnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor,

salah satunya keterlibatan UMKM. UMKM mempunyai kontribusi yang sangat besar dalam perekonomian nasional.

Upaya pemerintah dalam menjalankan strategi Pemberdayaan UMKM salah satunya adalah mengembangkan program kerjasama dengan usaha besar dan pembinaan untuk bidang usaha melalui kelompok usaha atau koperasi. Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia menjadi salah satu kekuatan dalam pembangunan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan dan mampu memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara terutama negara kecil dan negara yang sedang berkembang.

Menurut UU RI nomor 20 tahun 2008 pasal 5, pemberdayaan usaha mikro kecil menengah bertujuan untuk :

- a. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan;
- b. menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri; dan
- c. meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya merupakan inisiatif seseorang dan mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran signifikan dalam sistem perekonomian negara Indonesia baik dari segi penciptaan lapangan kerja maupun

segi jumlah usahanya. Berikut adalah kontribusi UMKM menjadi salah satu kekuatan pembangunan ekonomi dalam menciptakan lapangan pekerjaan :

**Tabel 1. 1 Jumlah Tenaga Kerja UMKM di Indonesia Tahun 2015-2019**

No	Tahun	Jumlah Tenaga Kerja
1.	2015	123.229.387
2.	2016	112.828.610
3.	2017	116.673.416
4.	2018	116.978.631
5.	2019	119.562.843

*Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI*

UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia, UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. Dalam menjalankan Usaha Mikro Kecil Menengah sebagai salah satu kegiatan ekonomi rakyat, seperti yang sudah di tegaskan pada UU RI nomor 20 tahun 2008 pasal 6, dengan kriteria usaha :

- 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 usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta).
- 2) Kriteria Usaha Kecil 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 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 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 Kabupaten di Jawa Timur tepatnya Kabupaten Ngawi terdapat banyak sekali Usaha Mikro Kecil Menengah dengan berbagai macam bidang usaha. Mia Snack & Catering merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner, dilihat dari Undang-Undang di atas dapat disimpulkan bahwa Mia Snack & Catering adalah usaha yang termasuk kedalam Usaha Mikro. Bu Kasmiati selaku pemilik usaha yang mana usahanya bergerak pada pembuatan snack seperti pembuatan roti, kue kering, kue basah dan catering. Sasaran pasar dari Usaha Mikro Kecil Menengah Mia Snack & Catering merupakan tetangga yang hendak melaksanakan hajatan dan masyarakat sekitar Kabupaten Ngawi.

Mia Snack & Catering merupakan salah satu usaha yang memiliki perkembangan bisnis yang tergolong cukup baik. Hal ini diketahui dari bertambahnya skala usaha yang dijalankan dari tahun 2017. Berikut merupakan tabel perkembangan usaha Mia Snack & Catering dari tahun 2017-2021 :

**Tabel 1. 2 Perkembangan Usaha Mia Snack & Catering Per tahun 2017-2021**

<b>Tahun</b>	<b>Target (Rp)</b>	<b>Realisasi (Rp)</b>	<b>Persentase perkembangan omzet (%)</b>	<b>Capaian (%)</b>
2017	180.000.000	170.450.000	-	94,7
2018	180.000.000	173.859.000	2	96,6
2019	180.000.000	180.813.000	4	100,4
2020	190.000.000	182.621.000	1	96,11
2021	190.000.000	188.100.000	3	99

*Sumber: Laporan Keuangan Usaha Mia Snack & Catering*

Dari hasil observasi diketahui bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah Mia Snack & Catering menetapkan target kenaikan pendapatan sebesar Rp. 10.000.000 per tahun. Dari tabel 1.2 pada tahun 2017 sampai 2019 Mia Snack & Catering menetapkan target pendapatan sebesar Rp. 180.000.0000 realisasi pendapatan yang diperoleh pada tahun 2017 sebesar Rp. 170.450.000 dengan capain 94,7%. Tahun 2018 realisasi pendapatan yang diperoleh sebesar Rp. 173.859.000 dengan capain 96,6%. Tahun 2019 realisasi pendapatan Mia Snack & Catering sudah mencapai target yang diinginkan sebesar Rp. 180.813.000 dengan capaian 100,4%. Kemudian pada tahun selanjutnya pemilik meningkatkan target menjadi Rp. 190.000.000 per tahun. Namun, pada tahun 2020 hanya terealisasi Rp. 182.621.000 dengan capaian 96,11% hal tersebut dikarenakan Mia Snack & Catering terkena dampak Covid-19 yang mengakibatkan daya beli konsumen menurun. Pada tahun 2021 Mia Snack & Catering mulai mengalami kenaikan pendapatan dengan realisasi sebesar Rp. 188.100.000 dengan capaian 99%.

Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Mia Snack & Catering, peneliti mendapatkan beberapa temuan dalam perkembangan usaha yang digeluti Bu Kasmiaati yakni, pada tahun 2021 pendapatan Mia Snack & Catering mengalami

kenaikan pendapatan karena diterapkannya pengembangan usaha dengan menambah berbagai varian menu baru yang dapat meningkatkan minat konsumen. Dalam pelaksanaannya tentu mengalami banyak sekali hambatan, salah satu hambatan terbesar bagi Mia Snack & Catering adalah munculnya pesaing.

Hingga saat ini di Kabupaten Ngawi Usaha Mikro yang menawarkan produk roti, kue kering, kue basah dan catering sudah banyak. Hal ini dapat mengakibatkan persaingan yang cukup ketat sehingga memerlukan strategi dan pengambilan keputusan yang tepat untuk mempertahankan bisnis yang di miliki.

**Tabel 1. 3 Nama Usaha Mikro Kecil Menengah Pesaing**

No	Nama perusahaan	Produk yang ditawarkan	Rata-rata harga yang ditawarkan per pcs (Rp)	
			Snack	Catering
1.	Arrofi Cake & Catering	Roti, kue basah, kue kering, dan nasi box	3.500	20.000
2.	Beleys Bakery	Roti dan kue kering	3.500	-
3.	Martini Bakery	Roti, kue basah, dan kue kering	4.000	-
4.	Atha Bolen	Roti, kue basah, dan kue kering	4.000	-
5.	Lilis Bakery	Roti, kue basah, dan kue kering	3.500	-
6.	Tutik Catering	Nasi box	-	25.000
7.	Sadewa Catering	Nasi box	-	25.000
8.	Chandra Stik	Kue kering	4.000	-

Sumber : Data Survei Lapangan

Tabel 1.3 menjelaskan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah Mia Snack & catering bukan satu-satunya Usaha Mikro yang menawarkan produk sejenis di Kabupaten Ngawi. Penampilan snack & catering yang ditawarkan Usaha Mikro Kecil Menengah Mia Snack & Catering tentu berbeda dengan pesaing dimana dalam produksinya menggunakan bahan baku pilihan yang berkualitas tentunya membuat produk terjamin kualitasnya. Pengemasan produk hampir sama yaitu dikemas dengan kotak kardus, kotak mika dengan label usaha masing-masing.

Mia Snack & Catering tentunya memiliki rasa yang khas pada masakan cateringnya, dibuat dengan bumbu-bumbu yang segar dan melekat rasa rempahnya, sedangkan untuk snack cenderung memiliki kesamaan dengan pesaing karena dalam teknik produksinya berbeda yaitu pada proses pencampuran adonan bahan baku.

Melihat peluang yang ada, pengembangan usaha Mia Snack & Catering ini dirasa perlu dilakukan serta melihat perkembangan pesaing yang semakin ketat dan tentunya pemilik harus memikirkan pengembangan usaha yang tepat yang nantinya akan diterima dengan baik oleh konsumen. Sebelum memulai pengembangan usaha, hendaknya usaha Mia Snack & Catering harus melakukan langkah-langkah strategis untuk dapat mengembangkan usahanya. Langkah staretgis ini harus dimulai dengan identifikasi memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan serta menghadapi peluang dan menghindari ancaman yang ada.

Dalam upaya pengembangan yang dilakukan pastinya akan menuju pada pengembangan usaha dengan pengembangan produk yang dijadikan dasar

pengambilan keputusannya. Dalam menentukan pengembangan perlu ditetapkan strategi yang tepat untuk pengembangan yang dilakukan. Pengembangan Mia Snack & Catering berfokus pada produk sehingga strategi yang diterapkan yaitu pengembangan produk.

Pengembangan produk merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyempurnakan produknya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang berubah sewaktu-waktu. Pengembangan produk dapat dilakukan dengan melakukan strategi diversifikasi. Menurut Fandy Tjiptono (1997) **“Strategi diversifikasi adalah suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas”**.

Diversifikasi produk menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk dalam suatu perusahaan. Melalui diversifikasi produk Mia Snack & Catering berusaha meningkatkan volume penjualan. Mia Snack & Catering berupaya memenuhi minat dan kebutuhan konsumen melalui keanekaragaman produk, yaitu dengan menambah varian menu baru yang menyesuaikan daya minat dan keinginan konsumen yang nantinya bisa diterima baik oleh konsumen. Diversifikasi dilakukan untuk mempertahankan posisi usaha Mia Snack & Catering agar tetap di tahap pendewasaan dan mencegah usaha agar tidak mengalami penurunan.

Melakukan diversifikasi produk dengan menambah varian menu baru yang belum pernah diproduksi oleh Mia Snack & Catering. Varian menu baru yang



ditawarkan sudah ada di pasar akan tetapi Mia Snack & Catering memberi kesan baru terhadap produk tersebut untuk mencegah kebosanan selera konsumen atas produk yang sebelumnya sudah ada. Penambahan varian menu baru dilakukan secara bertahap dengan melihat respon konsumen adanya menu baru tersebut. Berikut daftar varian menu yang sudah ada dan menu baru produk Mia Snack & Catering :

**Tabel 1. 4 Varian menu yang ditawarkan**

Menu Lama		Menu Baru	
Snack	Catering	Snack	Catering
Roti pisang	Tumpeng ayam panggang kampung/negeri	Sosis solo	Tumpeng mini
Roti isi ayam	Nasi box ayam goreng kampung/negeri	Risoles mayo	Nasi box ayam goreng kremes kampung/negeri
Lumpia ayam	Nasi box ayam bakar kampung/negeri	Sus vanilla	Nasi box ayam balado
Lumpia sayur	Nasi box sambel goreng rempela ati	Rollcake nougat/red velvet/pandan keju/choco	
Donat kentang	Nasi kuning box	Caramel cake	
Onde-onde		Floss roll	
Pastel		Puding cake madona	
Lemper		Pie buah	
Putu ayu			
Bolu kukus gula aren			
Klepon			
Kue tok			
Jadah Mini			

Nagasari			
Carabikang			
Wajik ketan			
Bolen			
Bolu mandarin			

*Sumber: Wawancara dengan Pemilik*

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Ibu Kasmiati selaku pemilik mengatakan bahwa pada beberapa bulan terakhir ini penjualan Mia Snack & Catering mengalami kenaikan yang signifikan setelah adanya penambahan varian menu baru. Menu snack box yang dipilih konsumen juga variatif, kombinasi dari menu lama dan menu baru, untuk catering sendiri juga menyesuaikan permintaan konsumen. Menu baru yang ditawarkan tersebut menyesuaikan minat konsumen dan pasar saat ini.

Dilihat dari uraian diatas mengenai pengembangan usaha Mia Snack & Catering yang diduga menerapkan startegi pengembangan produk, maka penulis tertarik mengangkat masalah tersebut dan diajukan sebagai penelitian yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MIA SNACK & CATERING”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang yang telah disampaikan di atas maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana penerapan diversifikasi produk pada usaha Mia Snack & Catering?

- 2) Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam melakukan diversifikasi produk?
- 3) Bagaimana strategi pengembangan produk yang sebaiknya dilakukan?

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

#### **1.3.1 Maksud**

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis dan menggambarkan tentang pengembangan produk Mia Snack & Catering.

#### **1.3.2 Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- 1) Penerapan diversifikasi produk pada usaha Mia Snack & Catering.
- 2) Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam melakukan diversifikasi produk.
- 3) Strategi pengembangan produk yang sebaiknya dilakukan.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

- a. Bagi peneliti sendiri untuk menambah wawasan dan pengetahuan sebagai bekal atau bahan pengembangan dalam mempraktekan pengetahuan yang diperoleh selama di bangku kuliah.
- b. Bagi peneliti lain sebagai bahan perbandingan dan tambahan informasi, referensi dan sumbangan yang digunakan dalam penelitian sejenis agar lebih berkembang.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan dibidang Manajemen Bisnis khususnya dan sebagai saran untuk pengetahuan terutama bagi yang ingin mengetahui mengenai masalah yang diteliti. Dengan adanya penelitian ini bermanfaat bagi penulis agar pengembang produk yang dilakukan pada usaha ini dapat berkembang lebih besar lagi.

