

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

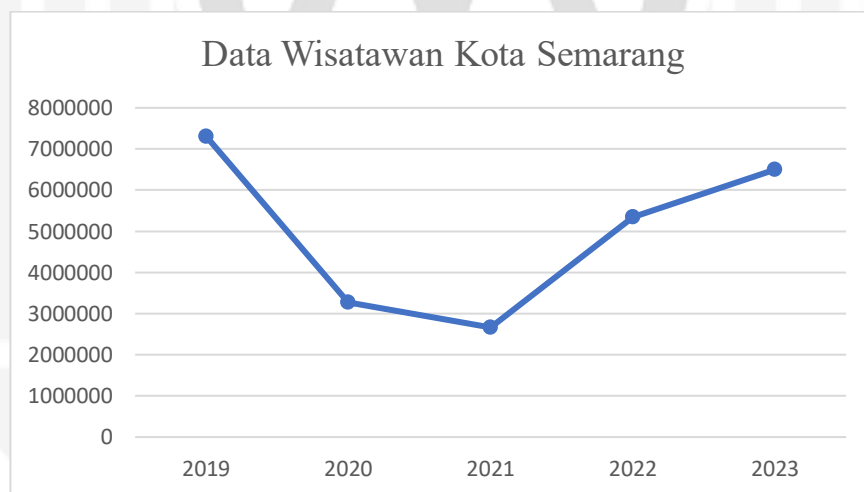
Perkembangan usaha di sektor industri makanan sangat pesat dan juga beragam, mulai dari makanan tradisional sampai makanan modern yang juga berkembang pesat mengikuti perkembangan zaman dan persaingan usaha yang semakin kompetitif. Di tengah persaingan yang kompetitif, para pelaku ekonomi berusaha mengeluarkan ide – ide mereka yang kreatif dan berinovasi untuk bisa mempunyai nilai lebih dari pesaing lainnya. Pelaku ekonomi dapat bertahan di tengah persaingan yang ketat dan kemajuan teknologi.

Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh suatu organisasi atau bisnis tidak hanya bertujuan untuk mencapai profit maksimal. Namun, juga ditunjukkan untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha agar dapat berkelanjutan. Hal yang sama berlaku untuk kegiatan usaha UMKM. Usaha kecil ini ditunjukkan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya dan mengembangkan aktivitas bisnisnya.

Di negara – negara berkembang seperti Indonesia, sektor UMKM merupakan sektor yang paling banyak. Selain jumlahnya yang jauh lebih besar, UMKM juga dianggap sebagai sektor yang dapat menjadi tulang punggung ekonomi nasional karena mampu bertahan dari krisis. Selain itu, keberadaan UMKM memegang peranan penting karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil

baik di sektor tradisional maupun modern, serta mampu menyerap banyak tenaga kerja (Hapsari Paramita et al., 2014).

Kota Semarang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi wisata yang cukup besar. Dengan berbagai objek wisata yang menarik seperti Lawang Sewu, Kota Lama, Kampung Laut, dan berbagai kuliner khas. Kota Semarang menjadi salah satu destinasi wisata yang diminati baik oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.



Gambar 1. 1 Jumlah Data Wisatawan di Kota Semarang Tahun 2019-2023

*Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Semarang
(semarangkota.bps.go.id)*

Dapat disimpulkan bahwa jumlah wisatawan Kota Semarang akhir tahun 2023 meningkat, dengan meningkatnya jumlah wisatawan maka produk oleh – oleh yang ditawarkan oleh UMKM di Kota Semarangpun bisa jadi meningkat, salah satunya produk UMKM yang ditawarkan untuk para wisata di Kota Semarang yaitu produk dari bisnis Viqqa *Family Food*.



Gambar 1. 2 Produk Pisang Bolen pada UMKM Viqiq *Family Food*

Keunggulan dari produk yang ada pada gambar di atas dibandingkan dengan pesaing yaitu dilihat dari segi kualitas produk itu sendiri. Produk Viqiq *Family Food* ini dalam produksinya menggunakan bahan baku dengan kualitas yang tinggi sehingga menghasilkan cita rasa yang enak. UMKM Viqiq *Family Food* ini menyediakan *packaging* sesuai dengan oleh – oleh Kota Semarang yang mudah dibawa dan pantas untuk diberikan kepada keluarga yang jauh. Maka dari itu produk ini diproduksi memang ditargetkan untuk para wisatawan di Kota Semarang.

Adapun beberapa peluang dan tantangan yang dihadapi pada penjualan produk ini ketika ditawarkan oleh wisatawan yang datang. Peluang yang didapatkan produk ini akan menjadi terkenal dan diminati oleh banyak orang, memiliki pasar wisata yang besar di area Kota Semarang, mudahnya kolaborasi dengan produk UMKM yang lain dan pusat oleh – oleh. Adapun tantangan yang dihadapi yaitu

daya tahan produk yang hanya bertahan 5 hari karena tidak menggunakan bahan pengawet, distribusi dan lokasi penjualan, musiman dan tren pasar.

Ibu Haniah merupakan pemilik dari bisnis *Viqiq Family Food* yang berdiri sejak tahun 2014, berlokasi di Jl. Bayu Prasetya Timur IV no. 9, Kecamatan Genuk, Kota Semarang. Dalam akhir tahun 2024 omzet penjualan pada usaha *Viqiq Family Food* mengalami penurunan penjualan yang diakibatkan kurangnya sumber daya manusia dalam bekerja, pemasaran yang dilakukan kurang meluas, produksi tidak sesuai target, dan keuangan usaha yang belum stabil. Tentu saja hal ini dapat menimbulkan masalah karena kurangnya produk yang dihasilkan dan produk yang dikeluarkan maka berpengaruh pada omzet penjualan.

Omzet penjualan merupakan salah satu indikator kinerja keuangan yang utama dalam setiap kegiatan bisnis, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Omzet mencerminkan kemampuan bisnis dalam menghasilkan pendapatan dari aktivitas operasional yang dijalankan selama periode tertentu. Dalam konteks UMKM, peningkatan omzet penjualan menjadi penanda keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan oleh bisnis, efisiensi operasional, serta kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar. Dalam beberapa tahun ini penjualan bisnis *Viqiq Family Food* mengalami fluktuasi pada omzet penjualannya. Berikut ini merupakan perkembangan omzet penjualan bisnis *Viqiq Family Food* pada tahun 2020 – 2024:

Tabel 1. 1 Perkembangan Omzet Penjualan Viqiq *Family Food* Tahun 2020-2024

Tahun	Omzet Penjualan per Tahun (Rp)	N/T Penjualan (%)
2020	619.200.000	-
2021	561.600.000	(9)
2022	590.400.000	5
2023	633.600.000	7
2024	532.800.000	(16)

Pada tabel di atas, diketahui bahwa perkembangan omzet penjualan bisnis Viqiq *Family Food* selama tahun 2020 sampai 2024 mengalami fluktuasi dan tren menurun. Penurunan omzet tahun 2021 karena terjadinya kurangnya sumber daya manusia yang mengelola produksi pada produk dan minat beli pelanggan yang kurang. Hal ini perlu disikapi oleh pemilik bisnis Viqiq *Family Food* agar omzet penjualan terus meningkat melalui inovasi, adaptasi, serta strategi pengembangan bisnis yang tepat sasaran. Penurunan omzet pada tahun 2024 sebesar 16% perlu dianalisis dari berbagai faktor baik internal seperti kurangnya tenaga kerja dan promosi yang tidak maksimal, maupun eksternal seperti peningkatan jumlah pesaing. Hal ini sejalan dengan temuan Sutrisno dan Widodo (2021) bahwa faktor internal bisnis seperti sumber daya manusia (SDM), kualitas produk, pemasaran, pengelolaan keuangan dan faktor eksternal seperti persaingan pasar, tren konsumen yang sangat mempengaruhi kinerja penjualan.

Pada bisnis yang dijalankan oleh Ibu Haniah juga memiliki kompetitor yang sejenis dalam memproduksi Pisang Bolen Semarang, di antaranya Pisang Bolen Tiara Rasa, Bolen Fatmawati, Rojo Pisang Bolen *Cake and Cookies*. Dari semua kompetitor tersebut, masing masingnya telah melakukan pengembangan bisnis

yang signifikan mulai dari pemasaran yang meluas, produksi yang maksimal, sumber daya manusia yang memadai, dan pengelolaan keuangan yang baik dengan begitu para pesaing dapat meningkatkan omzet penjualannya. Oleh karena itu, peneliti melakukan analisis pengembangan bisnis pada UMKM Viqqa *Family Food* untuk meningkatkan omzet penjualannya.

Dari fenomena yang telah dikemukakan di atas, dapat dikatakan bahwa dari beberapa aspek manajemen tingkat perkembangan bisnis yang dikelola usaha Viqqa *Family Food* ini belum optimal dan meluas, sehingga dibutuhkan langkah – langkah sistematis yang berkelanjutan dalam pengelolaannya. Langkah sistematis tersebut dapat disusun dengan menggunakan metode SOSTAC untuk merancang strategi dalam bisnis dan memanfaatkan kekuatan, meminimalisir kelemahan serta menghadapi peluang dan menghindari ancaman yang ada.

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Prihatin Nurul Chotimah & Puteri Woro Subagio, 2023) yang membahas mengenai bagaimana pengembangan usaha krupuk puli dalam meningkatkan omzet penjualan untuk memperpanjang siklus daur hidup produk dengan terlebih dahulu menganalisis atau mengetahui bagaimana keadaan perusahaan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Fuadi & Asipa Rizki, 2023) penelitian ini membahas mengenai penurunan omzet dari waktu ke waktu sehingga pendapatan tidak sesuai target yang diinginkan. Maka dari itu analisis SWOT digunakan untuk menyusun strategi pengembangan usaha warung nasi priangan guna meningkatkan omzet penjualan.

Dan penelitian yang dilakukan oleh (Aurora et al., 2024) yang membahas tentang identifikasi faktor internal dan eksternal bisnis dan mengembangkannya dengan menggunakan analisis SWOT.

Dari fenomena yang telah dikemukakan di atas, penelitian ini akan melihat perkembangan bisnis melalui pendekatan SWOT yang diterapkan pada bisnis *Viqqa Family Food* untuk meningkatkan omzet penjualannya. Metode ini dapat memberikan gambaran kepada bisnis *Viqqa Family Food* agar usaha yang dikembangkan bisa lebih baik dan mencapai target yang direncanakan.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan maka perlu diteliti mengenai peningkatan omzet penjualan UMKM dengan menggunakan pendekatan SWOT pada bisnis *Viqqa Family Food* dengan judul **“Analisis Pengembangan Bisnis *Viqqa Family Food* dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Menggunakan Pendekatan SWOT.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka diidentifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis *Viqqa Family Food* dengan menggunakan metode *Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control* (SOSTAC).
2. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada bisnis *Viqqa Family Food* untuk meningkatkan omzet penjualan.
3. Bagaimana strategi yang harus diterapkan untuk pengembangan bisnis dan meningkatkan penjualan dilihat dari aspek pemasaran, produksi, SDM dan

keuangan dalam bisnis Viqiqa *Family Food* sesuai dengan analisis SOSTAC dan pendekatan SWOT.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki maksud dan tujuan agar penelitiannya terarah, berikut maksud dan tujuan pada penelitian ini.

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini yaitu mendeskripsikan secara rinci tentang analisis pengembangan bisnis pada usaha Viqiqa *Family Food* untuk meningkatkan omzet penjualannya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Mengetahui strategi yang dilakukan Viqiqa *Family Food* menggunakan metode *Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control* (SOSTAC).
2. Kondisi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha Viqiqa *Family Food*.
3. Mengetahui strategi yang harus diterapkan untuk pengembangan bisnis dan meningkatkan penjualan di setiap aspek pemasaran, produksi, SDM, dan keuangan yang harus diterapkan Viqiqa *Family Food* untuk kedepannya dengan menggunakan analisis SOSTAC dan pendekatan SWOT.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan maksud dan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan pemikiran baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen bisnis. Dengan menggunakan metode *Situation Analysis, Objectivies, Strategy, Tactics, Action, Control* (SOSTAC) dan pendekatan SWOT, penelitian ini dapat memperkaya literatur terkait penerapan kerangka kerja strategis dalam pengelolaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di sektor kuliner, dan menjadi referensi bagi peneliti lain dengan topik penelitian yang sejenis. Hasil penelitian nanti dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang analisis situasi pasar, penetapan tujuan, dan perencanaan taktis. Menyediakan referensi empiris bagi peneliti yang akan datang untuk memvalidasi atau mengembangkan strategi manajemen dan bisnis dengan metode SOSTAC dalam konteks yang berbeda.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi peneliti dan manfaat untuk bisnis *Viqqa Family Food* tentang bagaimana menganalisis pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan SWOT untuk meningkatkan omzet penjualan. Serta menjadi bahan evaluasi bagi bisnis *Viqqa Family Food* agar ke depannya menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis yang dijalankan.



IKOPIN
University