

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi seperti saat ini, perkembangan usaha di Indonesia dan juga di luar negeri mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dampak dari adanya globalisasi sudah memasuki aspek kehidupan manusia, salah satunya yaitu dalam bidang bisnis, khususnya bisnis kuliner. Dengan adanya globalisasi ini, maka banyak produk-produk luar negeri yang masuk ke pasar Indonesia.

Bisnis memiliki arti yaitu suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan maupun organisasi yang melibatkan aktivitas produksi, penjualan, pembelian maupun pertukaran barang atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan bisnis kuliner adalah salah satu usaha yang tidak akan habis dimakan oleh zaman, karena setiap manusia membutuhkan makanan. Sehingga bisnis kuliner ini sangat diminati oleh para pelaku usaha.

Ketertarikan para pelaku usaha dalam menjalankan bisnis kuliner, membuat semakin banyak terciptanya bisnis kuliner dengan berbagai merek dan produk yang bervariasi dan lebih inovatif. Tidak hanya itu promosi yang dilakukannya pun lebih menarik. Sehingga semakin banyak pelaku usaha dengan bisnis kuliner membuat semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis. Tidak hanya perusahaan besar saja yang akan bersaing, namun perusahaan-perusahaan kecilpun akan bersaing untuk terus mengembangkan dan memajukan usahanya.

Salah satu jenis usaha yang akan bersaing adalah UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Meskipun UMKM bentuk usahanya masih kecil, namun memiliki peran yang penting dalam pergerakan ekonomi di Indonesia. Salah satu peran pentingnya adalah membuka lapangan kerja dengan cara penyerapan tenaga kerja yang dimana dapat mengurangi tingkat pengangguran. Peran lainnya yaitu memiliki kemampuan dalam penyedia barang dan juga jasa bagi konsumen dan memberikan kontribusi dalam peningkatan devisa negara. Keberadaan UMKM sebagai salah satu kegiatan ekonomi rakyat yang ditegaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 Pasal 3 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang berbunyi :

“Usaha Mikro, Kecil dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.”

Jawa Tengah merupakan sebuah provinsi Indonesia yang terletak di bagian tengah Pulau Jawa. Di Provinsi Jawa Tengah memiliki banyak UMKM yang setiap tahunnya terus mengalami peningkatan, dimana artinya persaingan dalam dunia bisnis antar UMKM pun semakin ketat. Sehingga membuat para pelaku usaha harus berfikir lebih keras untuk mengembangkan usahanya agar bisa bersaing dengan UMKM yang lain dan juga perusahaan-perusahaan yang telah memiliki nama besar. Tidak hanya bersaing namun juga harus bisa meningkatkan volume penjualan, sehingga usaha yang dijalankan akan terus berkembang menjadi perusahaan yang maju.

Pemalang adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Pemalang yang memiliki 14 Kecamatan, yaitu Kecamatan Comal yang berada di bagian timur Kabupaten Pemalang. Menurut Badan Pusat Statistika (BPS) menunjukkan bahwa usaha menurut jenis produknya yaitu jenis produk makanan di Kecamatan Comal tahun 2017 berjumlah sebanyak 446 dengan berbagai jenis makanan.

Salah satu jenis produk makanan yang ada di Kecamatan Comal adalah Mie Ayam. Sejak dahulu produk mie ayam merupakan produk yang dekat dengan kehidupan manusia sehari-hari. Mie yang awalnya berasal dari Tiongkok, sekarang mie sudah menjadi makanan yang ada di seluruh Indonesia. Usaha mie ayam di Kecamatan Comal mengalami perkembangan yang cukup signifikan ketika mulai maraknya mie ayam yang tidak hanya menonjolkan rasa yang khas, namun juga varian mie ayam yang semakin inovatif dengan berbagai cara promosi yang menarik, sehingga membuat persaingan antar usaha mie ayam di Kecamatan Comal semakin ketat.

Mie Ayam Comal 55 adalah salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner yaitu mie ayam yang bertempat di Dusun Gandu Rt 02 Rw 03 Desa Gandu Kecamatan Comal Kabupaten Pemalang. Di Kecamatan Comal sendiri terdapat pengusaha mie ayam yang rata-rata penjualan perharinya hampir sama dengan usaha Mie Ayam Comal 55 dan ada juga yang memiliki produk yang inovatif, berikut data perusahaan Mie Ayam di Kecamatan Comal :

Tabel 1. 1 Nama Perusahaan Mie Ayam di Kecamatan Comal pada Tahun 2018

No	Nama Perusahaan	Produk yang ditawarkan
1	Mie Ayam Mas Bambang	Mie Ayam, Mie Ayam Bakso, Mie Ayam Goreng
2	Mie Ayam Pak Abas	Mie Ayam, Mie Ayam Goreng, Mie Ayam Jamur, Mie Ayam Pangsit, Mie Ayam Sehat
3	Mie Ayam Comal 55	Mie Ayam
4	Mie Ayam Bleong	Mie Ayam

Sumber : data survey lapangan di Kecamatan Comal

Berdasarkan tabel 1.2 yang menunjukkan bahwa usaha Mie Ayam Comal 55 bukanlah satu-satunya perusahaan mie ayam yang berada di Kecamatan Comal. Produk yang pesaing jual banyak yang lebih bervariasi. Dengan banyaknya pesaing yang lebih inovatif menjadikan ancaman bagi Mie Ayam Comal 55. Menurut hasil wawancara secara langsung kepada pengusaha mie ayam yang berada di Kecamatan Comal bahwa produk mie ayam yang banyak diminati oleh konsumen pada tahun 2018 adalah mie ayam goreng. Sedangkan di Mie Ayam Comal 55 hanya menjual mie ayam saja, itu merupakan ancaman bagi perusahaan Mie Ayam Comal 55 jika tidak melakukan pengembangan usaha. Selain itu promosi yang dilakukan oleh beberapa pesaing sudah sangat menarik seperti sudah melakukan promosi melalui media sosial. Sedangkan di Mie Ayam Comal 55 belum menerapkan promosi melalui media sosial.

Mie Ayam Comal 55 berada di jalan lintas antar desa yang tidak jauh dari jalan pantura, dan juga tidak jauh dari sekolahan, sehingga ini menjadi peluang bagi Mie Ayam Comal 55. Selain itu Mie Ayam Comal 55 memiliki warung untuk berjualan yang luas sehingga konsumen merasa nyaman ketika membeli produk dan

menikmati produknya di tempat. Dengan adanya warung yang luas ini menjadikan kekuatan bagi perusahaan Mie Ayam Comal 55.

Dengan adanya kekuatan dari segi warung untuk berjualan yang cukup strategis sehingga target pasar yang menjadi sasaran dari Mie Ayam Comal 55 seluruh masyarakat di Kecamatan Comal termasuk siswa siswi yang bersekolah yang tidak jauh dari warung Mie Ayam Comal 55 dan juga para gurunya. Dilihat dari hasil omset penjualan usaha Mie Ayam Comal 55 menunjukkan bahwa setiap tahunnya mengalami kenaikan, yang dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Omset Penjualan Mie Ayam Comal 55 tahun 2014-2018

Tahun	Total Omset penjualan Pertahun (Rp)	Persentase Kenaikan Omset Penjualan (%)
2014	241.164.000	-
2015	256.824.000	6,49
2016	281.880.000	9,76
2017	306.936.000	8,89
2018	331.992.000	8,16

Sumber : Catatan Penjualan Perusahaan Mie Ayam Comal 55

Dilihat dari tabel 1.3 menunjukkan bahwa omset penjualan pertahun cenderung meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan omset penjualan sebesar 8,16%. Untuk terus meningkatkan volume penjualan pertahun, Mie Ayam Comal 55 diharapkan mampu mengelolah dan mengembangkan peluang dan kekuatan yang dimiliki oleh usahanya dengan melakukan pengembangan usaha, untuk menghadapi ancaman-ancaman yang sudah ada maupun yang akan ada dimasa yang akan datang secara optimal.

Untuk melakukan pengembangan usaha Mie Ayam Comal 55 ini, perusahaan harus mengkaji mengenai studi kelayakan bisnis yang mencakup aspek pasar dan

pemasaran, aspek teknis/operasi, aspek manajemen dan organisasi, dan aspek keuangan, dengan tujuan untuk kebaikan kelangsungan kehidupan perusahaan di masa yang akan datang. Setelah mengkaji mengenai studi kelayakan bisnis maka perusahaan harus bisa mengetahui kelemahan dan juga kelebihan dari perusahaan untuk melihat peluang dan juga ancaman yang sedang terjadi maupun yang akan terjadi dimasa yang akan datang dengan tujuan untuk menghasilkan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk masa yang akan datang. Berdasarkan fenomena di atas maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di latar belakang, pokok permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah :

1. Bagaimana kelayakan pengembangan usaha Mie Ayam Comal 55 yang dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, teknis/operasi, manajemen dan organisasi, dan keuangan.
2. Apa saja kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh pengusaha Mie Ayam Comal 55.
3. Strategi apa saja yang harus dilakukan oleh pengusaha Mie Ayam Comal 55 agar dapat mengembangkan usahanya dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis dan juga menggambarkan secara keseluruhan pengembangan usaha Mie Ayam Comal 55 yang berguna untuk upaya meningkatkan volume penjualan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui :

1. Kelayakan pengembangan usaha Mie Ayam Comal 55 yang dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, teknis/operasi, manajemen dan organisasi, dan keuangan.
2. Kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta yang peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan Mie Ayam Comal 55.
3. Strategi yang akan dilakukan oleh pengusaha Mie Ayam Comal 55 agar dapat mengembangkan usahanya dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi aspek teoritis dan juga aspek praktis, yaitu :

1.4.1 Kegunaan Aspek Teoritis

- a. Bagi peneliti sendiri untuk menambah wawasan dan pengalaman dalam menganalisis faktor internal dan eksternal suatu usaha dan menentukan

suatu ide untuk pengembangan usaha apakah ide tersebut layak atau tidak untuk dijalankan.

- b. Bagi pihak lain atau peneliti lain sebagai bahan informasi, referensi untuk melakukan pengkajian lebih lanjut.

1.4.2 Kegunaan Aspek Praktis

Bagi pelaku usaha Mie Ayam Comal 55 diharapkan dapat memberikan masukan untuk mengembangkan usahanya dan bahan pengambilan keputusan agar usahanya dapat berkembang dengan baik.



IKOPIN