

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Globalisasi berputar begitu cepat. Globalisasi sendiri disebabkan oleh proses integrasi yang terjadi karena pertukaran pandangan, ide, barang, atau aspek-aspek kebudayaan lainnya. Integrasi ini didukung oleh berkembangnya sistem transportasi dan telekomunikasi. Salah satu dampak yang disebabkan oleh globalisasi adalah terjadinya peningkatan perdagangan nasional maupun internasional. Kemudahan yang dapat menjadi peluang dan ancaman ini seyogyanya harus disikapi dengan baik.

Dampak globalisasi sudah memasuki di semua aspek kehidupan manusia. Salah satunya dalam bidang bisnis. Salah satunya bisnis kuliner. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang paling banyak diminati. Selain kebutuhan pangan manusia yang terus menerus setiap hari, bisnis kuliner juga mudah untuk dijalankan. Ketertarikan banyak orang dalam bisnis kuliner ini membuat terciptanya bisnis kuliner dengan berbagai produk dan brand yang dikemas. Produk-produk luar negeri pun semakin mudah masuk ke Indonesia. Artinya, produk-produk lokal harus siap bertahan dengan menciptakan inovasi atau beberapa strategi agar pelanggan tetap bertahan, bahkan menambah jumlah pelanggan baru.

Salah satu jenis usaha yang menjadi fokus adalah UMKM. UMKM sendiri merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Meskipun bentuk usahanya yang kecil, UMKM mempunyai peranan yang penting dalam pergerakan

ekonomi di Indonesia. Kontribusinya meliputi pembukaan lapangan pekerjaan, pertumbuhan ekonomi, pendapatan negara, dan kesejahteraan masyarakat melalui kemampuan UMKM dalam menghasilkan pendapatannya sendiri. Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu kegiatan ekonomi rakyat yang dinyatakan secara tegas dalam Undang-Undang 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.”

UMKM merupakan cikal bakal perusahaan menjadi besar. Tentunya, untuk menjadi besar UMKM harus diberdayakan maupun memberdayakan dirinya sendiri. Pemerintah harus turut andil dalam memberdayakan UMKM untuk terus berkembang. Namun, UMKM juga harus memiliki kesadaran untuk terus mengembangkan dirinya sendiri. Salah satu upaya pemberdayaan yang dapat dilakukan untuk UMKM adalah bergabung dengan koperasi. Koperasi menurut UU RI No. 25 tahun 1992 adalah

- 1. Badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas azas kekeluargaan.**
- 2. Perkoperasian adalah segala sesuatu yang menyangkut kehidupan koperasi.**
- 3. Koperasi Primer adalah Koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan orang-seorang.**
- 4. Koperasi Sekunder adalah Koperasi yang didirikan oleh dan beranggotakan Koperasi.**

5. Gerakan Koperasi adalah keseluruhan organisasi Koperasi dan kegiatan perkoperasian yang bersifat terpadu menuju tercapainya cita-cita bersama Koperasi.

Adanya koperasi yang bersifat gotong royong dan berorientasi pada kesejahteraan anggotanya sangat membantu perkembangan suatu UKM menjadi lebih besar lagi. Koperasi yang mana anggotanya memiliki *dual identity*, yaitu sebagai pelanggan dan pemilik diharapkan mampu memecahkan segala tantangan yang ada.

Adanya dua sektor yang berkolaborasi ini diharapkan membuat dua-duanya semakin kuat. UKM yang merupakan jantung perekonomian masyarakat, sedangkan koperasi sebagai soko gurunya.

Salah satu UKM yang tergabung dalam koperasi adalah Perusahaan Bakso dan Mie Ayam “Pak Jonet”. Merk “Pak Jonet” diambil dari nama panggilan akrab pemiliknya sendiri yaitu Pak Jonet yang memiliki nama asli Sunarto. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2012. Namun, sebelumnya beliau memiliki usaha siomay keliling. Dalam sehari Pak Jonet dapat berjualan keliling selama 2 kali sehari. Yaitu pada pagi dan sore hari. Pasarnya pun tidak luas, yaitu hanya mencakup beberapa SD dan lingkungan dekat rumahnya. Pendapat siomay keliling tidak cukup banyak untuk menghidupi keluarganya. Semenjak bergabung dengan koperasi dan mendapatkan banyak pembinaan, termasuk pelatihan, Pak Jonet pun memberanikan membuka usaha baru, yaitu bakso dan mie ayam. Peran koperasi ini sangatlah benefisial untuk penggiat UKM. Dengan sedikit testimoni yang dialami oleh salah satu anggota ini, maka peneliti tertarik untuk meneliti apa saja peran koperasi yang mampu diberikan kepada para anggotanya. Salah satu testimony yang mampu

diberikan oleh Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet adalah peningkatan omset yang diperolehnya setiap tahun. Berikut tabel pendapatan bakso dan mie ayam :

Tabel 1.1Perkembangan penjualan Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet tahun 2013-2017

Tahun	Total Pendapatan per tahun	Kenaikan (%)	Total Profit per tahun
2013	Rp. 330.780.000	-	Rp. 99.234.000
2014	Rp. 360.600.000	9,01%	Rp. 108.180.000
2015	Rp. 396.000.000	9,82%	Rp. 118.800.000
2016	Rp. 423.560.000	6,96%	Rp. 127.068.000
2017	Rp. 458.220.000	8,18%	Rp. 137.466.000

Sumber : Laporan Keuangan Mie Ayam dan Bakso Pak Jonet 2013-2017

Koperasi tempat Pak Jonet bergabung adalah Koperasi Mukti Abadi Boga. Koperasi ini diprakarsai oleh seorang karyawan di PT Sriboga Flour Mill, yakni Bapak Irfan Wahyudi. Koperasi Mukti Abadi Boga beralamat di Dusun Ngepringan, Desa Kecemen, Kecamatan Manisrenggo, Kabupaten Klaten. Koperasi ini merupakan binaan PT Sriboga Flourmill yang bergerak di bidang simpan pinjam dan anggotanya para perajin Siomay, Roti, Rambak, dan Mie. Koperasi Mukti Abadi Boga telah mempunyai badan hukum nomor : 597/BH/XIV.14/2012. Anggota koperasi Mukti Abadi Boga berjumlah 66 orang.

Perkembangan Usaha Pak Jonet semakin pesat. Selama 3 tahun terakhir Pak Jonet telah mengembangkan usahanya dengan menambah volume penjualan dan memperluas toko. Namun, Pak Jonet harus tetap menghadapi tantangan pasar global yang luas. Banyaknya pesaing dan usaha yang semakin inovatif mendorong perusahaan dalam melakukan pengembangan usaha. Salah satu pengembangan yang dilakukan perusahaan adalah melakukan inovasi dengan menambah menu baru.

Sebelum melakukan pengembangan yang lebih lanjut, maka perusahaan melakukan langkah-langkah strategis untuk memaksimalkan rencana inovasi ini. Langkah-langkah ini dapat dilakukan dengan mengidentifikasi kelemahan dan kelebihan perusahaan serta melihat peluang maupun mengenali ancaman yang sedang maupun akan dihadapi oleh perusahaan. Selain itu, perlunya pengkajian mendalam tentang Studi Kelayakan Bisnis yang mencakup banyak aspek juga sangat diperlukan dalam meneliti apakah ide yang dimiliki perusahaan ini layak atau tidak untuk dijalankan. Diantara aspek yang akan dikaji meliputi aspek manajemen/operasional, aspek keuangan, dan aspek pemasaran.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian **“Analisis Pengembangan Usaha Bakso dan Mie Ayam Dalam Meningkatkan Daya Saing.**

1.2. Identifikasi Masalah

Pada penjelasan latar belakang yang telah disampaikan maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet.
2. Bagaimana kelayakan pengembangan usaha Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet dilihat dari aspek pasar & pemasaran, teknis/operasi, manajemen & organisasi, dan keuangan.
3. Bagaimana posisi daya saing usaha Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet.
4. Bagaimana strategi pemasaran yang akan diterapkan oleh usaha Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet.
5. Upaya-upaya apa saja yang dilakukan Koperasi Mukti Abadi Boga dalam memenuhi kebutuhan anggotanya.
6. Bagaimana strategi Koperasi Mukti Abadi Boga agar koperasi semakin berkembang.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis dan menggambarkan secara menyeluruh pengembangan usaha Bakso dan Mie Ayam untuk meningkatkan daya saing perusahaan dalam menghadapi kompetitor.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet.
2. Kelayakan pengembangan usaha Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet yang dilihat dari aspek pasar dan pemasaran, teknis operasional, manajemen dan organisasi, serta keuangan.
3. Posisi daya saing usaha Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet.
4. Strategi pemasaran yang akan diterapkan oleh usaha Bakso dan Mie Ayam Pak Jonet.
5. Peran Koperasi Mukti Abadi Boga dalam turut serta mengembangkan usaha anggotanya.
6. Strategi Koperasi Mukti Abadi Boga agar koperasi semakin berkembang.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Bagi pengusaha bakso dan mie ayam diharapkan menjadi masukan untuk mengembangkan usahanya dan bahan pengambilan keputusan agar usahanya berkembang dengan baik.

1.4.2. Kegunaan Praktis

1. Bagi peneliti sendiri untuk menambah wawasan dan pengalaman dalam mengukur apakah usaha layak atau tidak untuk dijalankan dan

menganalisis dengan pendekatan-pendekatan lain agar suatu usaha berkembang secara professional. Selain itu enelitian merupakan implementasi dari ilmu-ilmu yang telah diperoleh selama di bangku kuliah.

2. Bagi pihak dan peneliti lain sebagai bahan referensi dan jurnal untuk melakukan penelitian lebih lanjut.



IKOPIN