

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan usaha merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan, upah atau laba usaha. Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya untuk mendapatkan laba. Sejalan dengan definisi tersebut, aktivitas bisnis meliputi penyediaan barang dan jasa yang bertujuan untuk menghasilkan *profit* (laba). Suatu perusahaan dikatakan menghasilkan laba apabila total penerimaan pada suatu periode lebih besar dari total biaya pada periode yang sama.

Pengertian bisnis lainnya diberikan oleh Kasmir dan Jakfar (2012:6). Bisnis adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang, baik jumlah maupun waktunya. Dalam pengertian ini kegiatan bisnis sebagai aktivitas menjual atau menyediakan barang dan atau jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen, dapat dilakukan oleh suatu organisasi perusahaan yang memiliki badan hukum, perusahaan yang memiliki badan usaha, maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum, serta usaha informal lainnya.

Jenis kegiatan usaha dibagi menjadi dua dilihat dari produk yang dihasilkan dan diperdagangkan oleh kegiatan bisnis, yaitu *tangible goods* (barang) maupun *intangibile goods* (jasa). Yang dimaksud dengan *tangible goods* yakni barang-

barang yang dapat diindera oleh panca indera manusia, seperti mobil, rumah, perkakas, alat tulis, makanan dan lainnya. Sedangkan *intangible good* adalah produk yang tidak dapat dilihat secara kasat mata, namun dapat dirasakan manfaatnya setelah konsumen menggunakan jasa tersebut. Jasa yang biasanya ditawarkan kepada konsumen, misalnya jasa kesehatan, jasa transportasi, jasa hukum dan lainnya.

Dalam mengembangkan usahanya, setiap perusahaan harus menggunakan strategi. Karena strategi memaksa perusahaan untuk memandang masa depan dan berusaha untuk membentuk masa depan. Strategi juga membantu memberikan kesadaran arah yang akan dituju oleh suatu perusahaan, menjaga kesinambungannya, serta memudahkan pendelegasian dan proses terjadinya kepemimpinan yang efektif. Memahami strategi adalah kemampuan untuk melihat peluang yang ada disekitarnya.

Lingkungan dalam dunia usaha merupakan faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha, baik dari sisi internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Perubahan lingkungan positif yang terjadi merupakan penunjang dalam kelangsungan kegiatan perusahaan dan perubahan lingkungan negatif yang terjadi merupakan gangguan dalam kelangsungan kegiatan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu menganalisis perubahan lingkungan yang terjadi disekitarnya.

Membaca keadaan di lingkungan internal perusahaan, dapat dilakukan dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Faktor

internal perusahaan meliputi kekuatan perusahaan dan kelemahan perusahaan, dapat dilihat dari produk yang dimiliki oleh perusahaan, harga yang ditawarkan kepada konsumen dan struktur organisasi perusahaan tersebut.

Faktor eksternal perusahaan meliputi peluang usaha dan ancaman usaha. Peluang usaha adalah keadaan ketika ada permintaan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen, sehingga perusahaan mampu mengambil keuntungan dari keadaan tersebut. Ancaman usaha adalah kondisi yang bersifat negatif dan tidak dapat diprediksi oleh perusahaan yang dapat mengganggu kegiatan usaha produksi atau mengganggu keberlangsungan perusahaan.

Salah satu perusahaan yang harus mampu membaca peluang pasar adalah Usaha Kecil Menengah (UKM). UKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang dan mempunyai peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Dewasa ini Pemerintah Indonesia mendukung adanya UKM, selain itu Pemerintah Indonesia juga melakukan program pembinaan dan pendampingan UKM melalui 3 bidang yaitu bidang pemberdayaan, permodalan dan kelembagaan. Terutama Kabupaten Kulon Progo, dalam rangka mendorong UKM untuk berkembang dan memajukan usahanya, Pemerintah Kabupaten Kulon Progo bekerjasama dengan beberapa perusahaan besar. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Sutarmo (Asdep Perlindungan Usaha Deputy Bidang Restrukturisasi Usaha Kementerian Koperasi dan UMKM) bahwa pihaknya memfasilitasi KUMKM untuk bermitra dengan usaha besar di Kulon Progo.

Pengembangan kemitraan ini dimaksudkan untuk mendorong KUMKM semakin berkembang serta diperkuat dengan perlindungan usaha untuk memajukan usaha mikro dan kecil. Sri Harmitarti selaku Kepala Dinas KUMKM Kabupaten Kulon Progo menyebutkan perwakilan usaha besar antara lain PT SRIBOGA FLOUR MILL, PT Indomarco Prismatama, dan lainnya (Antaraneews.com, 25/03/2019).

Saat ini jumlah UKM di Kabupaten Kulon Progo yang bermitra dengan usaha besar tidak sedikit, salah satunya yaitu UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan. UKM Trimulya Boga ini merupakan UKM hasil dari program pemberdayaan masyarakat dalam bidang makanan. UKM Trimulya Boga ini terbentuk pada tahun 2015 dengan adanya program pemberdayaan masyarakat dengan melakukan pelatihan dan pembinaan yang dilakukan oleh PT Sriboga Flour Mill yang bekerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Kulon Progo dengan peserta sejumlah 30 orang yang terdapat di tiga wilayah Kalurahan Sidorejo. Usaha yang dijalankan oleh UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan sangatlah beragam salah satunya adalah usaha nasi box yang diantara bahan baku yang digunakan adalah tepung yang merupakan salah satu produk dari PT Sriboga Flour Mill.

Berdasarkan observasi awal, dapat diketahui bahwa usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan sudah berjalan cukup baik akan tetapi masih terdapat permasalahan yang dihadapi diantaranya adanya pesaing yang mulai bermunculan, variasi produk yang ditawarkan oleh pesaing, serta manajemen usaha yang masih rendah maksudnya manajemen produk, produksi, pemasaran, keuangan dan sumberdaya manusia hanya dilakukan seadanya, sehingga potensi pasar yang ada tidak sepenuhnya dapat dimanfaatkan.

Melalui wawancara, diketahui bahwa UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan dalam menjalankan usahanya hampir sama dengan usaha-usaha lain yang sejenis yakni menawarkan harga yang murah, selain hal tersebut usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan juga mengedepankan pelayanan dan membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Selain itu dari segi produk yang dihasilkan oleh usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan memiliki keunggulan yakni bahan baku yang digunakan berkualitas diantaranya ialah tepung Easy Mix dalam pembuatan ayam krispi dan tahu krispi, yang menjadikan produk gurih dan renyah lebih lama, dan penggunaan tepung pita merah untuk membuat berbagai gorengan dan mie. Untuk mengatasi selera konsumen yang bervariasi, UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan tidak hanya menyediakan nasi box dengan isi ayam krispi saja namun juga berbagai macam lauk dan sayur. Selain itu usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan tidak menggunakan bahan pengawet makanan sehingga aman untuk dikonsumsi. Harga untuk nasi box ini ditawarkan dari harga Rp 15.000 – Rp 23.000. Hal ini menyesuaikan dengan selera dan pesanan konsumen, dengan rata-rata pemesanan diharga Rp 18.000.

Dari segi produksi, usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan melakukan kegiatan produksi ketika mendapatkan pesanan. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Sehingga untuk kegiatan produksi nasi box ini tidak dilakukan setiap hari. Dalam sekali produksi didasarkan pada jumlah dan jenis pesanan konsumen.

Pemasaran yang dilakukan oleh usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan saat ini dilakukan dengan cara pemesanan langsung ketempat produksi atau melalui Whatsapp. Sedangkan promosi dilakukan seadanya yakni melalui mulut ke mulut (*word of mouth*) dan memberi cap pada kemasan. Padahal media yang dapat menunjang kegiatan promosi saat ini sudah banyak dan mendukung. Sayangnya usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan belum memanfaatkannya secara optimal guna memperkenalkan produk yang dihasilkan. Selain itu tanda pengenal produk perlu dibuat semenarik mungkin sehingga dapat membantu memperkenalkan produk. Untuk pasar sasaran produk ini dapat dinikmati oleh seluruh kalangan masyarakat, terutama yang memiliki kepentingan/ acara baik acara besar maupun kecil.

Sedangkan untuk sumber daya manusianya, usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan memiliki sumber daya manusia yang cukup banyak yakni 10 orang tenaga kerja yang memiliki ketrampilan dalam memasak dan pengalaman menjalankan usaha. PT Sriboga Flour Mill juga mengadakan pelatihan dan pembinaan yang terkait dengan pengembangan keterampilan sumber daya manusia UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan. Melihat hal tersebut PT Sriboga Flour Mill juga dipandang perlu melakukan pelatihan dan pembinaan dalam hal manajemen usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan.

UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan sudah berupaya menginovasi nasi box yang ditawarkan dengan menyesuaikan selera konsumen, harga dan kualitas produk. Namun manajemen usaha ini belum sepenuhnya dilakukan secara optimal dan belum mampu menarik potensi pasar yang tersedia. Maka dari itu penelitian ini

akan mengidentifikasi strategi apa saja yang sebaiknya dilakukan dan diterapkan oleh UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan untuk mengembangkan usaha nasi box dengan menggunakan analisis SWOT.

Membahas mengenai pengembangan usaha maka dibutuhkan data penjualan nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan ini. Dalam Tabel 1.1 penjualan nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan dapat dilihat peningkatan atau penurunan setiap tahunnya. Naik dan turunnya penjualan menunjukkan bahwa usaha nasi box ini masih belum memaksimalkan usaha untuk mengembangkan usaha ini.

Tabel 1. 1
Perkembangan Penjualan nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan
Tahun 2017 - 2019

Tahun	Penjualan	Harga Pokok Produksi	Laba
2017	Rp 41.887.500	Rp 38.536.500,00	Rp 3.351.000,00
2018	Rp 54.750.000	Rp 50.370.000,00	Rp 4.380.000,00
2019	Rp 52.500.000	Rp 48.300.000,00	Rp 4.200.000,00

Sumber: laporan keuangan usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan

Berdasarkan tabel diatas, kita lihat bahwa terjadi kenaikan dan penurunan penjualan nasi box, maka dibutuhkan strategi-strategi untuk mengembangkan usaha ini. Disamping itu adanya beberapa hambatan seperti munculnya pesaing baru, harga bahan baku yang tidak menentu dan kondisi pasar yang tidak stabil akan menghambat perkembangan usaha nasi box ini.

Melihat kondisi internal dan eksternal yang dimiliki dan dihadapi oleh usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan, maka diperlukan strategi-strategi untuk mengembangkan usaha ini. Berdasarkan latar belakang yang telah

diuraikan, maka penelitian akan dilaksanakan dengan judul “**Analisis SWOT dalam Upaya Menentukan Staregi Bisnis Usaha Nasi Box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan**” (*studi kasus pada Usaha Nasi Box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan, Kabupaten Kulon Progo – D.I.Yogyakarta*).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan?
2. Apa saja peluang dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi oleh usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan?
3. Strategi apa saja yang tepat diterapkan pada usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan agar dapat bersaing dan mengembangkan usahanya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan strategi bisnis apa yang sebaiknya dipilih dan diterapkan oleh UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan dengan menggunakan analisis SWOT yakni analisis Internal dan Eksternal secara menyeluruh tentang analisa kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang ada pada UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal yang dikemukakan pada identifikasi masalah, yaitu:

1. Mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan.
2. Mengetahui peluang dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi oleh usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan.
3. Merumuskan strategi yang sebaiknya diterapkan pada usaha nasi box UKM Trimulya Boga Padukuhan Gentan agar dapat bersaing dan berkembang.

1.4 Kegunaan Penelitian

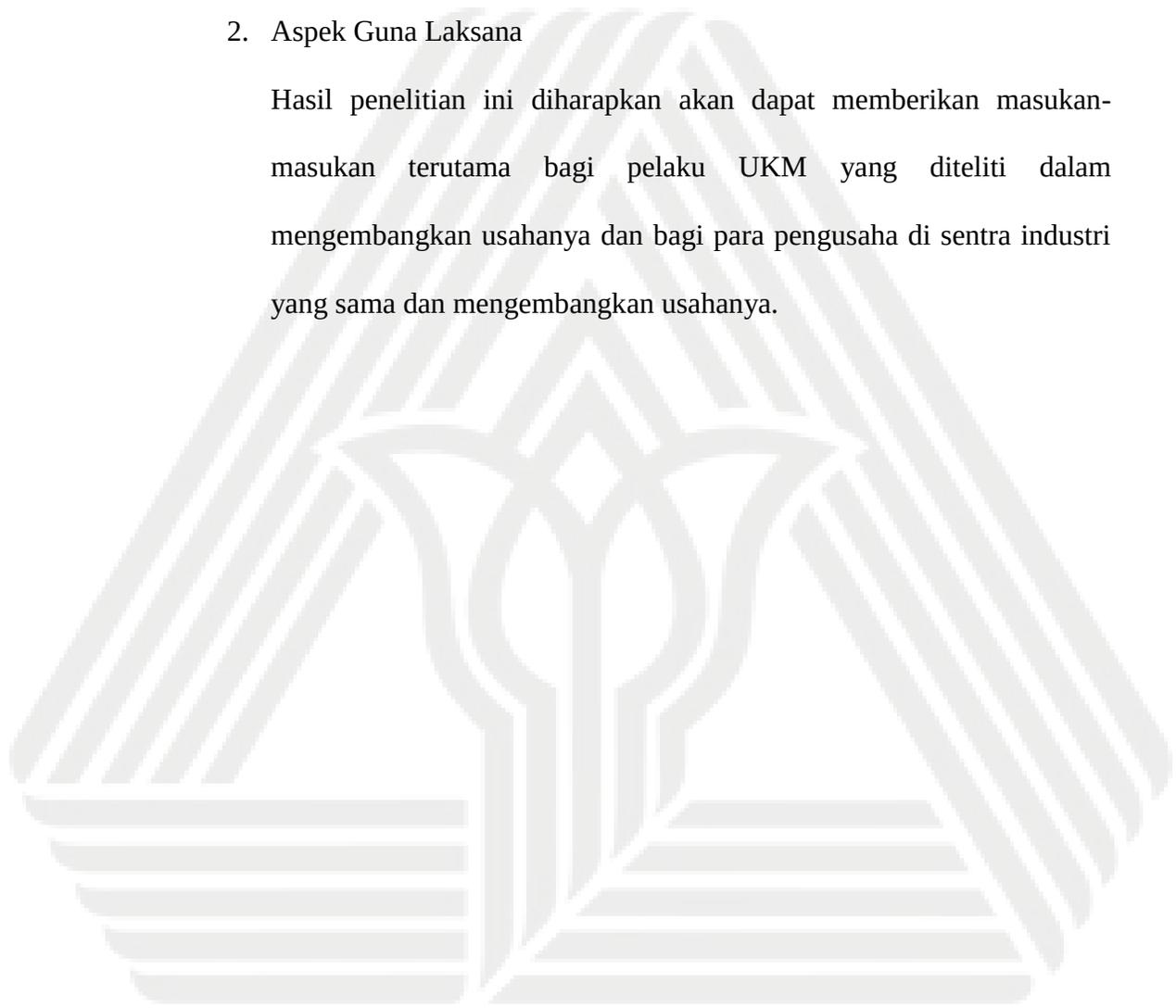
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu dan informasi yang bermanfaat untuk:

1. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan
 - a. Peneliti sendiri, yaitu dapat memperoleh manfaat dengan bertambahnya ilmu dan pengetahuan mengenai analisis SWOT untuk menentukan strategi bisnis serta pengembangan usaha terutama mengenai topik permasalahan yang diteliti sehingga wawasan yang bertambah ini dapat dipahami secara teoritis serta mampu diimplementasikan di masyarakat (praktis).
 - b. Peneliti lain, yaitu diharapkan dengan dilakukan penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa menambah informasi dan sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah keilmuan manajemen

bisnis khususnya mengenai analisis SWOT yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

2. Aspek Guna Laksana

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan masukan-masukan terutama bagi pelaku UKM yang diteliti dalam mengembangkan usahanya dan bagi para pengusaha di sentra industri yang sama dan mengembangkan usahanya.



IKOPIN