

BAB I

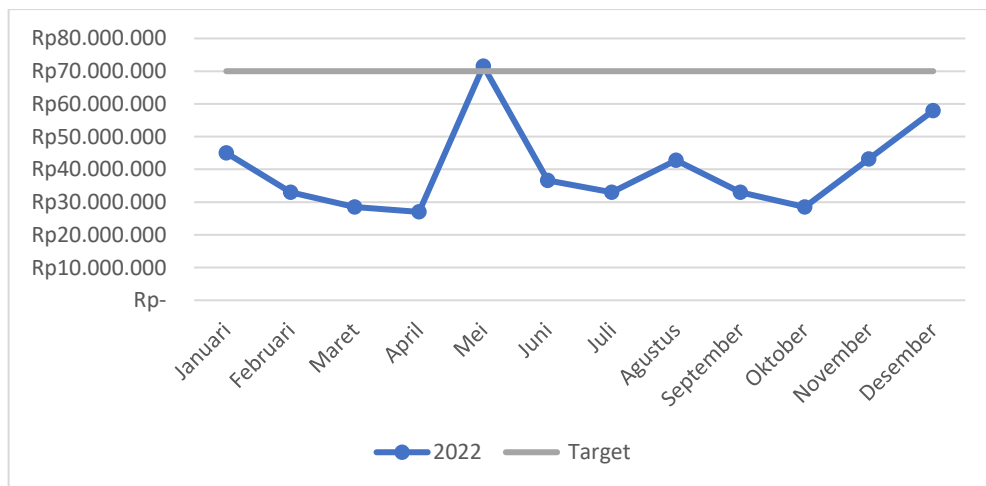
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Ekonomi negara Indonesia dari tahun ke tahun semakin berkembang dengan adanya perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM mampu berkontribusi pada pembentukan atau pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar (Dima dan Waja, 2022). Peran UMKM sangat penting dalam memajukan ekonomi nasional, termasuk dalam pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan memainkan peranan penting dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. UMKM telah terbukti lebih kuat dan mampu dalam menghadapi krisis ekonomi di Indonesia belakangan ini, sementara banyak perusahaan besar mengalami kemacetan bahkan berhenti beroperasi (Kumalasari dkk., 2022). Oleh karena itu, diperlukan perhatian yang serius dari pemerintah dan masyarakat terhadap sektor pengembangan UMKM agar dapat meningkatkan daya saingnya dengan pelaku ekonomi lainnya (Modjo, 2020).

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, terjadi peningkatan jumlah UMKM sebesar 10% setiap tahunnya dari tahun 2015 hingga tahun 2021 dengan mencapai 65 juta UMKM. Meskipun terjadi penurunan sebanyak 1.5 juta UMKM pada tahun 2019-2020 akibat dampak pandemi COVID-19. Namun, Bank Indonesia (BI) memperkirakan pertumbuhan ekonomi tetap stabil pada tahun 2023, dengan kisaran 4.5-5.3%, dan diperkirakan akan terus meningkat (Zakiyah dkk., 2022). Tingginya jumlah UMKM karena berhasil menjadi alternatif yang baik untuk mendapatkan penghasilan. UMKM yang paling banyak diminati dan cepat berkembang yaitu usaha di bidang makanan (kuliner). Karena makanan merupakan kebutuhan primer bagi setiap orang. Indonesia memiliki penduduk dengan jumlah kurang lebih 230 juta orang yang menjadikan peluang usaha dalam bidang makanan (Wardana dkk., 2019).

Salah satu UMKM bidang makanan di Kabupaten Pekalongan yaitu Rumah Makan Tirta Alam yang terletak di Karanggondang, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Pekalongan, Provinsi Jawa Tengah. Rumah makan ini adalah milik perseorangan yang didirikan sejak tahun 2003. Rumah makan ini menawarkan aneka olahan masakan dengan bahan utama ayam, ikan bawal, dan olahan yang paling banyak peminatnya adalah ikan gurami. Rumah makan ini tidak bisa dibandingkan dengan rumah makan lain sebab makanan yang diolah memiliki bumbu dapur khas tersendiri yang diberikan secara turun-temurun, sehingga dapat menciptakan rasa masakan dengan kualitas rasa yang tidak dapat ditemukan pada rumah makan lain. Pada tahun 2022, rumah makan ini menghasilkan omset rata-rata per bulan sebesar Rp40.000.000 yang dapat dilihat pada Gambar 1.1. Jumlah omset tersebut hanya mencapai 58% dari target penjualan yaitu Rp70.000.000.



Gambar 1.1 Grafik Omset Per Bulan pada Tahun 2022

Ketidapaian target omset penjualan disebabkan oleh kurang optimalnya dalam penerapan strategi manajemen untuk mengembangkan usaha. Manajemen strategi yang diterapkan dalam rumah makan ini masih bersifat konvensional atau tradisional yang mengakibatkan munculnya berbagai permasalahan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara pendahuluan, peneliti menemukan berbagai permasalahan di Rumah Makan Tirta Alam, baik itu berasal dari internal maupun eksternal.

Permasalahan internal yang dihadapi oleh Rumah Makan Tirta Alam yaitu, pertama, skala usaha yang masih kecil, menyebabkan keterbatasan sumber daya

dalam proses produksi, dan keterlibatan langsung pemilik rumah makan dalam proses tersebut. Akibatnya, setiap karyawan sering merangkap pekerjaan di bagian lain dan pemilik juga turut serta dalam pekerjaan karyawan tersebut. Kedua, permasalahan terkait tempat produksi yang masih bersifat rumahan menyebabkan jumlah produksi harian masih rendah, sehingga rumah makan belum dapat menerima pesanan dalam skala besar secara mendadak. Ketiga, penggunaan peralatan dalam proses produksi masih terbatas dan sederhana, seperti peralatan pembakaran, sehingga mengakibatkan proses produksi yang dilakukan secara bertahap dan memerlukan waktu yang lebih lama. Keempat, pemasaran yang masih bersifat konvensional menyebabkan jumlah pelanggan yang berkunjung tidak bertambah secara signifikan. Kemudian, untuk permasalahan eksternal yang dihadapi Rumah Makan Tirta Alam yaitu, pertama, dikarenakan ketatnya persaingan sektor rumah makan menyebabkan penurunan inovasi produk. Kedua, penjualan yang *stuck* dan mengalami penurunan karena persaingan antara UMKM yang sejenis. Ketiga, minimnya jumlah pelanggan yang loyal kepada rumah makan ini.

Selain permasalahan internal maupun eksternal, Rumah Makan Tirta Alam juga harus bersaing dengan rumah makan yang sejenis. Oleh karena itu, rumah makan ini perlu memiliki keunggulan yang membedakannya dari kompetitor lainnya. Namun, pada kenyataannya dari kompetitor lebih berkembang dikarenakan kedatangan pelanggan setiap harinya cukup banyak. Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM mencatat jumlah UMKM di Kabupaten Pekalongan mencapai 6.666 pelaku usaha. Ribuan pelaku usaha tersebut bergerak di bidang usaha fashion, kuliner, pendidikan, otomotif, agrobisnis, teknologi, dan lainnya. Salah satu UMKM yang banyak terdapat di Kabupaten Pekalongan adalah UMKM bidang kuliner yaitu sebesar 38.43% (Disperindag, 2020). Data tersebut mengindikasikan bahwa bisnis Rumah Makan Tirta Alam yang telah beroperasi sejak tahun 2003 dapat berada dalam ancaman. Saat ini, rumah makan tersebut masih kekurangan strategi bisnis yang menarik dan berbeda dari rumah makan lainnya. Keadaan ini dapat menyebabkan Rumah Makan Tirta Alam kalah dalam

persaingan dengan rumah makan lain yang terus bertambah seiring berjalannya waktu.

Berdasarkan permasalahan tersebut Rumah Makan Tirta Alam perlu menerapkan perencanaan strategis pengembangan bisnis yang berfokus pada kinerja guna meningkatkan omset penjualan. Strategi tersebut harus direncanakan secara terstruktur agar dapat diterapkan secara efektif dalam operasional rumah makan tersebut, dan juga memenuhi harapan para pemangku kepentingan yang terlibat dalam bisnis tersebut. Penelitian ini dilakukan karena pemilik rumah makan memiliki pengetahuan terbatas dalam pengembangan bisnis, yang menyebabkan usahanya belum mengalami perkembangan sementara persaingan dari rumah makan lain semakin bertambah.

1.2 Rumusan Masalah

Strategi memiliki peranan penting dalam dunia bisnis karena merupakan bagian integral dari kegiatan yang dirancang untuk menjalankan operasional bisnis. Mengembangkan dan mempertahankan bisnis bukanlah tugas yang mudah bagi setiap pengusaha. Semakin baik dan tepat strategi bisnis yang diterapkan, semakin besar kemampuan untuk menghadapi persaingan bisnis dan mencapai keunggulan kompetitif. Untuk menjaga keberlangsungan bisnis saat ini dan di masa depan, Rumah Makan Tirta Alam perlu memperbaiki strategi pengembangan bisnis. Saat ini, manajemen strategi Rumah Makan Tirta Alam masih bersifat konvensional yang kerap menimbulkan beberapa permasalahan. Penerapan sistem konvensional yang dilakukan secara terus-menerus akan menyebabkan penurunan omset. Penyelesaian masalah tersebut, dapat dilakukan dengan mengidentifikasi pada setiap permasalahannya dan diperlukan usulan perbaikan strategi bisnis secara menyeluruh. Oleh karena itu, pemilik rumah makan dapat mengimplementasikan usulan perbaikan strategi agar bisnis dapat terus berkembang.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis faktor eksternal dan internal yang dapat mengembangkan UMKM Rumah Makan Tirta Alam.

- b. Mengidentifikasi dan menganalisis kinerja bisnis UMKM Rumah Makan Tirta Alam.
- c. Memberikan usulan perbaikan terkait strategi pengembangan bisnis pada UMKM Rumah Makan Tirta Alam.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka akan diperoleh manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Manfaat bagi Mahasiswa
Manfaat bagi mahasiswa dapat memahami bagaimana meningkatkan kinerja UMKM dan mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan, terutama dalam bidang strategi bisnis.
- b. Manfaat bagi Rumah Makan Tirta Alam
Laporan tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi sebagai upaya mengembangkan bisnisnya.
- c. Manfaat bagi Instansi
Dapat dijadikan kajian dalam bidang industri rumah makan terkait strategi pengembangan bisnis serta menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini menggunakan data perusahaan tahun 2021-2022 terkait omset dan laba bersih penjualan, ekuitas perusahaan, jumlah karyawan.