

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Minuman kekinian boba (*bubble*) adalah salah satu minuman yang sedang naik daun dikalangan pecinta kuliner dan anak muda pada saat ini. Minuman ini menjadi *trend* untuk para *milenial*. Hal ini dapat kita lihat dengan banyaknya kedai-kedai minuman asal Taiwan yang menjual berbagai varian rasa minuman. Perdagangan teh Taiwan yang dijual bebas di pasar internasional menjadikan komoditas untuk menaikkan perekonomian negara [1]. Minuman boba (*bubble*) memiliki kekuatan dan perkembangan yang sangat pesat. Minuman ini terus berinovasi untuk menciptakan pasar baru serta menciptakan daya tarik tersendiri untuk para konsumen. Minuman ini telah menjadi *trend* minuman sejak awal tahun 90-an, membutuhkan waktu yang cukup lama kurang lebih 10 tahun untuk membawa minuman *bubble* masuk ke Indonesia[2].

Kemajuan berbagai sektor usaha di Indonesia yang semakin pesat memicu banyaknya produk dan jasa baru yang bermunculan khususnya disektor UMKM [3]. Salah satu sektor UMKM yang hari ini semakin banyak adalah produk minuman kekinian. Secara Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, minuman adalah suatu barang yang diminum sedangkan kekinian berarti keadaan sekarang atau terkini [1].

Minuman boba adalah salah satu sektor usaha minuman yang terus berkembang pertama kali ditemukan pada tahun 1980 tepatnya di Negara Taiwan berupa *zhen zhu nai cha*, atau jika kita artikan kedalam bahasa Indonesia Artinya teh susu boba atau *boba milk tea*. Semakin hari semakin berkembang dengan berbagai merk. Kedai-kedai minuman boba seiring dengan tingginya popularitas dan minat beli konsumen terhadap produk jenis minuman tersebut [1]. Salah satunya kedai Minuman “*Think Top Drink*” yang berada di Kabupaten Tangerang. *Think Top Drink* merupakan merek dagang yang sedang berkembang memulai usaha dibidang minuman boba, terhitung baru berjalan kurang lebih lima tahun *Think Top Drink* berdiri dan terus berkembang.

Tujuan didirikanya *Think Top Drink* yaitu memberikan solusi untuk menciptakan varian rasa yang tidak dimiliki pesaing ditengah pasar potensial di

wilayah Kabupaten Tangerang khususnya Kecamatan Cikupa. Adapun kekuatan yang dimiliki yaitu memiliki berbagai varian rasa, menyajikan pilihan berbagai *topping* yang bisa dikombinasikan sesuai dengan selera dan keinginan konsumen yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain [4]. *Think Top Drink* juga memiliki harga yang *relative* lebih murah dibandingkan dengan minuman lainnya, minuman ini juga bisa dengan mudah di pesan melalui aplikasi *e-commerce*, karena kedai *Think Top Drink* telah bekerjasama dengan aplikasi ini untuk mempermudah konsumen dalam melakukan jual beli [5].

Dibalik menjanjikannya perkembangan kedai *Think Top Drink* khususnya dibidang minuman boba, kedai ini sendiri tumbuh bukan tanpa masalah dan kendala, masih banyak titik yang harus diperbaiki dan dicarikan solusinya. Kendala yang dihadapi dalam upaya peningkatan kemampuan usaha yang dihadapi kedai *Think Top Drink* sangat kompleks, diantaranya adalah kurangnya dari sisi perencanaan strategi bisnis, masih ada manajerial yang kurang baik dan keterampilan pemasaran yang masih menggunakan penjualan tanpa adanya promosi. Promosi hanya dilakukan secara langsung kepada konsumen yang melakukan pembelian langsung berupa penyebaran voucher diskon. Semakin meningkatnya produsen minuman boba mengakibatkan semakin banyaknya pilihan konsumen, dan semakin ketatnya persaingan. Setiap usaha harus mengutamakan kepuasan konsumen. Adapun beberapa hal yang harus diperhatikan yang bersangkutan mengenai pemilihan strategi bisnis dan kebijakan produk yang berupa keinginan pelanggan, tingkat persaingan, dan *supply* bahan baku diupayakan untuk memenangkan persaingan [6].

Strategi bisnis merupakan kerangka pemikiran yang difungsikan dan digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai sebuah tujuan. Strategi bisnis juga menerapkan prinsip-prinsip yang akan dicapai dari sebuah target pasar dan memenangkan persaingan terkait berikut adalah gambaran besar dari apa unit bisnis akan melakukannya perencanaan strategi [7].

Penyusunan strategi bisnis pada suatu perusahaan didasarkan pada kondisi perusahaan yaitu *strenght*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat* (SWOT) [3]. Metode analisa strategi metode SWOT menggunakan pendekatan analisa terhadap faktor-faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Beberapa penelitian strategi bisnis

yang menggunakan analisa SWOT pendekatan analisa matrik SWOT dan analisa matrik *internal-eksternal* (IE) [8].

Matrik SWOT, merupakan cara analisa dan penyusunan strategi menggunakan kedekatan hubungan antar faktor internal dan eksternal. Matrik IE menggunakan pendekatan analisa faktor internal (*Internal Factor Evaluation/IFE*) dan analisis faktor eksternal (*External Factor Evaluation / EFE*). menganalisa menggunakan metode matrik *internal-eksternal* (IE) berbeda dengan analisa matrik SWOT [9]. Matrik IE menggunakan pendekatan pengukuran pembobotan dan perangkingan hubungan faktor IE dengan konteks bisnis yang ditinjau. Analisa matrik IE untuk melakukan pemetaan kedalam sembilan kuadran, dengan cara memasukan nilai IFE pada sumbu X dan total nilai EFE pada sumbu Y untuk mengetahui posisi perusahaan [5].

Terdapat metode analisa yang menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode *Quantitive Strategy Planning Matrix* (QSPM). Metode QSPM merupakan metode penentuan strategi dengan menggunakan pendekatan angka (kuantitas). Metode QSPM sering menjadi metode dalam satu rangkaian analisa menggunakan metode SWOT atau IE. Metode ini dilakukan pada tahapan terakhir untuk memutuskan urutan prioritas alternatif strategi terbaik yang dapat digunakan berdasarkan analisa strategi sebelumnya [7].

Berdasarkan pemaparan di atas, kedai *Think Top Drink*, membutuhkan penyusunan strategi untuk memenangkan persaingan dan pengembangan bisnis. Kedua metode analisa dan perumusan strategi di atas, digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi kedai *Think Top Drink*. Sehingga perlu dilakukanya penelitian dengan judul **Perumusan Strategi Bisnis Menggunakan Metode SWOT, dan QSPM pada Bisnis Kedai *Think Top Drink***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang di atas kedai *Think Top Drink* masih mengalami banyak kendala yaitu manajerial yang kurang baik dan keterampilan pemasaran yang masih menggunakan penjualan tanpa adanya promosi, permasalahan selanjutnya adalah belum pernah melakukan analisa dan penyusunan strategi bisnis, sehingga untuk memenangkan persaingan dan pengembangan bisnis membutuhkan

perumusan strategi bisnis. Penyusunan rumusan strategi bisnis menggunakan metode SWOT dan QSPM.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas diatas maka terdapat pertanyaan yang akan diajukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana cara membuat perancangan strategi bisnis menggunakan metode SWOT, dan QSPM pada kedai *Think Top Drink* ?
2. Bagaimana rekomendasi rancangan strategi bisnis bagi kedai *Think Top Drink* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini bagi kedai *Think Top Drink* adalah sebagai berikut:

1. Membuat perumusan strategi bisnis menggunakan metode SWOT, dan QSPM pada kedai *Think Top Drink*
2. Menyusun urutan prioritas alternatif strategi bisnis bagi kedai *Think Top Drink*.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu merumuskan strategi bisnis kedai *Think Top Drink*. Analisis strategi dirumuskan berdasarkan faktor–faktor internal dan eksternal unit bisnis dengan menggunakan metode perancangan strategi bisnis SWOT dan QSPM.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat diantaranya sebagai berikut ini :

1. Bagi Peneliti :
 - a. Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman tentang penelitian khususnya tentang strategi bisnis yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan kedai *Think Top Drink*.
 - b. Sebagai alat dan media implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis.
2. Bagi UMKM :

Hasil penelitian ini bisa menjadi bahan orientasi dalam memberikan sebuah dokumen rekomendasi rancangan strategi bisnis untuk mencapai sebuah tujuan bisnis kedai *Think Top Drink* untuk memenangkan persaingan dan mengembangkan bisnis.

3. Bagi Universitas :

Memberikan tambahan perbendaharaan dan sebagai bahan referensi bagi kalangan akademisi maupun umum dalam penyusunan strategi bisnis.

4. Bagi Pembaca :

Sebagai bahan referensi, masukan dan tambahan ilmu pengetahuan khususnya mengenai perancangan strategi bisnis bagi UMKM dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM.