

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Terdapat beberapa pendapat menurut para ahli mengenai pengertian strategi, beberapa diantaranya yaitu, menurut David (2011:18-19) Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Sedangkan menurut Chandler dalam Persari dkk (2018:105) Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dan sasaran jangka panjang organisasi, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selanjutnya menurut Hamel dan Phalarad dalam Tania (2018:10) Strategi merupakan tindakan yang bersifat inkremental atau senantiasa meningkat dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh pelanggan di masa depan. Rangkuti (2013:183) berpendapat bahwa strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah di tetapkan berdasarkan misi yang telah di tetapkan sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan mengenai pengertian strategi menurut beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu tindakan atau alat yang dilakukan suatu organisasi untuk mencapai tujuan dengan menggunakan sumber daya yang ada dengan aturan kondisi atau situasi lingkungannya.

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang memiliki potensi cukup besar, sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha ini. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat terutama promosi. Pelaku usaha sering mengalami kesulitan untuk mendapatkan calon pelanggan yang pada akhirnya kondisi seperti ini menyebabkan

sebagian besar pelaku usaha harus menelan pahitnya kegagalan dalam memulai suatu usaha.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis di era banyak saingan usaha bisnis saat ini terhadap pempek Al-Kindi. Menjalankan suatu usaha tentunya mempunyai tujuan agar tetap mampu berkembang dan bersaing dengan kompetitornya dan pendapatan di harapkan selalu meningkat. Hal ini tidak terlepas dari pentingnya peran strategi bisnis yang diterapkan disetiap lini usaha termasuk Pempek Al-Kindi di kota Palembang. Persaingan dalam dunia usaha menuntut pelaku bisnis untuk dapat membuat dan merancang sebuah strategi yang akurat dan tepat sasaran.

Salah satu alat untuk menganalisis strategi pengembangan perusahaan adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT sangat membantu usaha Pempek Al-Kindi di kota Palembang untuk dapat menganalisis kekuatan yang dimiliki dan kelemahan-kelemahan yang ada, serta seberapa besar peluang yang bisa di ambil dan ancaman yang bisa dihadapi untuk dapat menentukan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha yang di jalankan karena peneliti ingin melihat dan mengetahui bagai mana cara Pempek Al-Kindi mengembangkan bisnis mereka di tengah persaingan bisnis pempek di kota Palembang yang semakin marak menjamur di semua kalangan, terlebih lagi di masa pandemi saat ini. Peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang strategi pengembangan bisnis Pempek Al-Kindi, dan juga yang membuat peneliti lebih tertarik lagi yaitu Pempek Al-Kindi selalu bisa stabil dan mampu bersaing dengan bisnis pempek lainnya.

Pempek Al-Kindi adalah salah satu UMKM di Kota Palembang yang didirikan kurang lebih delapan tahun lalu dan bergerak dibidang kuliner tradisional pempek yang berlokasi di Jl. Sultan Mahmud Badaruddin II KM. 12 No.15, Alang Alang Lebar, Kec. Sukarami, Kota Palembang, Sumatera Selatan.. Ditengah kurangnya pemahaman pelaku usaha terutama

UMKM di Indonesia terhadap strategi pengembangan bisnis yang efektif dan situasi yang demikian sulit dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks, usaha Pempek Al-Kindi mampu mengalami perkembangan yang cukup baik. Perkembangan dan peningkatan yang terjadi pada usaha Pempek Al-Kindi tidak terlepas dari perubahan dan perbaikan yang dilakukan pemilik Pempek Al-Kindi terhadap usahanya tidak terampil mempromosi/update media promosi online.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha pempek adapun masalah yang dihadapi di usaha Pempek Al-Kindi tersebut yaitu;

Di bidang pemasaran kurangnya teknis secara memadai lebih fokus pada penjualan offline, di bidang produksi banyaknya pempek yang diproduksi akibatnya banyak sisa yang tidak terjual habis, di bidang SDM tidak ada pembagian tugas (*Job Description*) yang jelas akibatnya pekerjaan ditunda bahkan karyawan juga sering tidak masuk, di bidang keuangan menggunakan nota manual dan pengelolaan uang masuk secara acak di laci meja.

Demikian harus diakui bahwa dalam melakukan kegiatan usaha, hal yang lebih penting adalah bagaimana mengkombinasikan variabel-variabel yang diamati dan di ukur dalam penelitian ini adalah produksi, pemasaran, SDM, dan Keuangan dengan menggunakan analisis SWOT.

Berdasarkan dengan uraian diatas penulis berkeinginan untuk mengkaji/mengetahui lebih dalam mengenai strategi usaha Pempek Al-Kindi dalam hal strategi pengembangan dan kaitannya dengan kenaikan/peningkatan penjualan. Oleh sebab itu penulis akan mencoba menyusun skripsi dengan judul “**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PEMPEK AL-KINDI DI KOTA PALEMBANG**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis merumuskan masalah dalam skripsi yaitu:

1. Bagaimana analisis SWOT dalam pengembangan strategi Produksi pada Pempek Al-Kindi?
2. Bagaiaman analisis SWOT dalam pengembangan strategi Pemasaran pada Pempek AL-Kindi?
3. Bagaimana analisis SWOT dalam pengembangan strategi SDM pada Pempek Al-Kindi?
4. Bagaimana analisis SWOT dalam pengembangan strategi Keuangan pada Pempek Al-Kindi?

1.3 Batasan Masalah

Adapun dalam skripsi ini agar tidak menyimpan dari masalah yang akan dibahas, penelitian ini difokuskan pada strategi pengembangan produksi, pemasaran, SDM, keuangan dengan menggunakan SWOT. Pada usaha Pempek Al-Kindi di kota Palembang yang berlokasi di Jl. Sultan Mahmud Badaruddin II KM. 12 No.15, Alang Alang Lebar, Kec. Sukarami, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan yang telah di uraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui analisis SWOT dalam pengembangan strategi produksi pada usaha Pempek Al-Kindi?
2. Untuk mengetahui analisis SWOT dalam pengembangan strategi pemasaran pada usaha Pempek Al-Kindi?
3. Untuk mengetahui analisis SWOT dalam pengembangan strategi SDM pada usaha Pempek Al-Kindi?
4. Untuk mengetahui analisis SWOT dalam pengembangan strategi keuangan pada usaha Pempek Al-Kindi?

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini antara lain:

1. Aspek Teoritis
 - a. Untuk pengembangan ilmu kewirausahaan Jurusan Administrasi Bisnis program Studi Manajemen Bisnis.
 - b. Memberikan informasi penelitian dan hasil dari penelitian ini supaya dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Aspek Praktis

Untuk memberi masukan pada usaha Pempek Al-Kindi untuk kelangsungan usahanya terkait dengan strategi pengembangan usaha.