

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Negara yang memiliki kondisi perekonomian yang baik akan memberikan kestabilan dan kesejahteraan terhadap masyarakatnya. Dalam perjalanan untuk mencapai hal tersebut tentu saja Indonesia mengalami krisis yang cukup berdampak pada masyarakatnya sehingga pemerintah menilai salah satu upaya untuk melakukan pemulihan dari dampak krisis yang terjadi adalah dengan mendorong kegiatan pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Berdasarkan data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia dalam siaran pers tahun 2022 mengatakan bahwa peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional.

UMKM merupakan usaha mikro, kecil dan menengah dimana kegiatan usahanya dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil maupun bentuk kegiatan industri rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi. Dalam pengelompokkannya UMKM memiliki 3 kriteria.

Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah tercantum dalam Bab V Pasal 6 Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Usaha Mikro merupakan sebuah usaha bisa tergolong sebagai usaha mikro Usaha Mikro Kecil dan Menengah bila memiliki aset atau kekayaan bersih minimal sebanyak Rp 50 juta (di luar aset tanah dan bangunan) dan memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp 300 juta.

Usaha Kecil merupakan usaha yang tergolong usaha kecil adalah usaha yang memiliki penjualan per tahun berkisar dari angka Rp 300 juta sampai dengan Rp 2,5 miliar dan kekayaan bersih Rp 50 juta hingga Rp 500 juta.

Usaha Menengah merupakan usaha menengah yang memiliki kriteria kekayaan bersih dari usaha menengah sudah di atas Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar (tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha). Kemudian hasil penjualan per tahunnya mencapai Rp 2,5 miliar sampai Rp 50 miliar.

Pentingnya peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk pondasi perekonomian di Indonesia tentu saja memberikan alasan kepada masyarakat untuk terus melakukan inovasi terhadap perkembangan usaha yang dimilikinya dengan didukung oleh pihak pemerintah dengan program-program yang ada.

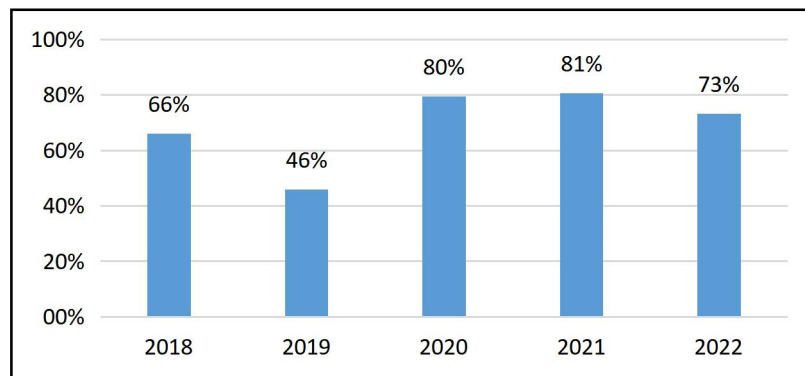
Banyaknya jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah sesuai pengelompokkan yang ada dan akan terus tumbuh sehingga menimbulkan persaingan antar Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang bergerak pada industri yang sama. Berdasarkan dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia khususnya provinsi Sumatra Selatan kota Palembang terdapat 155.467 Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang terdaftar. Dari sejumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang terdaftar tersebut tentu saja terdapat Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang bergerak pada bidang yang sama sehingga persaingan tidak dapat dihindari.

Salah satu sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang memiliki peluang di Sumatra Selatan adalah sektor makanan dan minuman. Menurut kepala Bank Indonesia Provinsi Sumatra Selatan Erwin Soeriadimadja setelah menghadiri acara peluncuran program Beli Kreatif produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Palembang mengatakan, konsumsi makanan dan minuman mencapai 57 persen dari total konsumsi rumah tangga, hanya saja, memang harus dioptimalkan dan harus melakukan banyak inovasi.

Untuk melakukan inovasi tentu saja harus memiliki strategi dalam upaya pengembangan suatu bisnis. Rangkuti (2016) berpendapat bahwa strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan perusahaan akan

mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dalam hal mengetahui strategi yang digunakan dalam suatu usaha melakukan pengembangan maka penulis melakukan penelitian terhadap usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang bergerak di bidang makanan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dipilih merupakan usaha yang bergerak dalam pengolahan tepung dengan produk mie. Pemilihan ini didasari dengan data konsumsi mie oleh masyarakat di Palembang yang menunjukkan grafik yang cukup baik dari 5 tahun terakhir, seperti grafik di bawah ini:

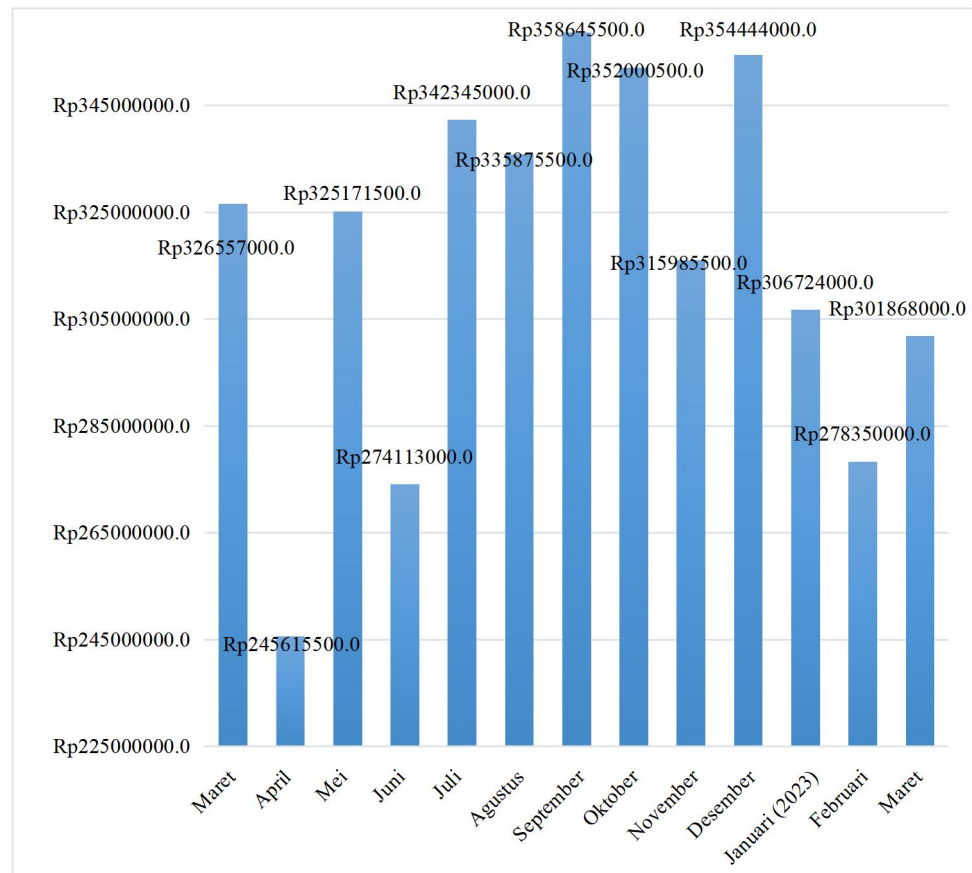


**Gambar 1.1 Grafik Konsumsi Produk Mie di Palembang**

Sumber : Badan Pusat Statistik Tahun 2022

Gambar diatas merupakan persentase dari makanan olahan jadi dalam kelompok mie yang dikonsumsi di kota Palembang dari tahun 2018 hingga 2022. Salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melakukan penjualan pada industri yang memproduksi mie ini adalah PD Mie Ayam Berkah yang berlokasi di jalan sosial No. 323 km 5 Palembang. PD Mie Ayam Berkah menjual produk mie segar yang dibagi menjadi tiga jenis yaitu super, spesial dan biasa serta kulit pangsit. Produk mie segar yang dijual juga dapat dibentuk menjadi mie keriting, mie lurus, dan mie celor.

PD Mie Ayam Berkah melakukan penjualan dengan jumlah omzet selama satu tahun terakhir sebagai berikut:



**Gambar 1.2 Grafik Penjualan PD Mie Ayam Berkah**

Sumber: Data penjualan PD Mie Ayam Berkah Maret 2022 - Maret 2023

Penjualan yang dilakukan oleh PD Mie Ayam Berkah selama satu tahun ke belakang memberikan hasil yang cukup baik bagi perusahaan. Namun, pada bulan-bulan tertentu terlihat bahwa perusahaan mengalami penurunan pada omzetnya. Penurunan yang terjadi pada penjualan ini tentu saja harus diatasi dengan menentukan strategi yang lebih baik.

Faktor penurunan penjualan bisa saja dipengaruhi oleh empat aspek. Empat aspek tersebut antara lain adalah aspek produksi, aspek sumber daya manusia, aspek promosi dan aspek keuangan. Untuk mengetahui alasan penjualan toko mengalami penurunan dapat dilakukan analisa terhadap aspek-aspek tersebut supaya perusahaan dapat menentukan strategi pengembangan usaha yang sesuai sehingga dapat meningkatkan penjualan kedepannya.

Analisa yang dilakukan untuk mendapatkan strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan perusahaan dapat dilihat secara lingkungan internal dan lingkungan eksternal terhadap keempat faktor. Untuk menilai kondisi tersebut digunakan analisis SWOT agar dapat memberikan strategi pengembangan usaha paling sesuai dengan perusahaan. Analisis SWOT adalah analisis terhadap kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*).

Melihat Usaha Mikro Kecil dan Menengah terus tumbuh dan berkembang peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian analisis terhadap strategi yang digunakan oleh PD Mie Ayam Berkah supaya dapat meningkatkan penjualan dan bersaing dengan usaha lain dengan judul “Analisis Swot Dalam Pengembangan Usaha Pada Pd Mie Ayam Berkah Palembang”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dirumuskan masalah :

1. Bagaimana strategi pengembangan pada bagian produksi dengan menggunakan analisis SWOT pada PD Mie Ayam Berkah?
2. Bagaimana strategi pengembangan pada bagian pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT pada PD Mie Ayam Berkah?
3. Bagaimana strategi pengembangan pada bagian keuangan dengan menggunakan analisis SWOT pada PD Mie Ayam Berkah?
4. Bagaimana strategi pengembangan pada bagian SDM dengan menggunakan analisis SWOT pada PD Mie Ayam Berkah?

## **1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan pada bagian produksi dengan menggunakan analisis SWOT pada PD Mie ayam berkah.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan pada bagian pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT pada PD Mie ayam berkah.

3. Untuk mengetahui strategi pengembangan pada bagian keuangan dengan menggunakan analisis SWOT pada PD Mie ayam berkah.
4. Untuk mengetahui strategi pengembangan pada bagian SDM dengan menggunakan analisis SWOT pada PD Mie ayam berkah.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam melakukan penelitian ini adalah

1. Aspek Teoritis

Penulis berharap penelitian ini akan memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu strategi pengembangan usaha yang cocok untuk usaha yang dijalankan.

2. Aspek Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada pemilik PD Mie Ayam Berkah serta diharapkan pemilik usaha dapat menggunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan strategi pengembangan usahanya untuk meningkatkan penjualannya.

### **1.4 Ruang Lingkup Pembahasan**

Batasan masalah yang ingin diselesaikan dalam melakukan penelitian agar menghindari kesalahan atas permasalahan yang diambil yakni strategi pengembangan usaha pada PD Mie Ayam Berkah.

Penelitian yang dilakukan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan perancangan yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan saat ini atau pun saat mendatang. Analisis SWOT akan digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada aspek produksi, sumber daya manusia, promosi dan keuangan perusahaan secara lingkungan internal dan lingkungan eksternal.