

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor ekonomi nasional di Negara Indonesia yang merupakan sektor utama dalam kehidupan masyarakat tidak lain adalah Usaha Kecil Menengah (UKM). Usaha Kecil Menengah didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar (Setyawati, 2009). Perkembangan UKM yang semakin pesat memicu tingkat persaingan di berbagai sektor usaha. Salah satunya adalah bisnis kuliner yang menyajikan hidangan lokal dan fokus pada cita rasa. Bisnis rumah makan dituntut untuk selalu memberikan layanan terbaik kepada konsumen agar dapat mempertahankan pasarnya. Kemampuan, keberanian, dan kesempatan merupakan elemen penting yang harus diperkuat untuk menjadi wirausaha yang sukses.

Semakin beragamnya rumah makan, pemilik usaha menghadapi tantangan untuk menemukan cara yang tepat dalam menerapkan berbagai pendekatan pemasaran secara efektif dan efisien guna menarik minat konsumen dan memuaskan pelanggan. Untuk bertahan dan unggul dari saingan, sebuah usaha memerlukan strategi dan pengembangan (Sridewi, 2020). Strategi merupakan rencana tindakan yang menjelaskan bagaimana sumber daya dialokasikan dan melakukan berbagai hal untuk mengatasi lingkungan, memperoleh keunggulan bersaing, dan mencapai tujuan perusahaan (Richard, 2010). Menurut Mussleman dan Jackson (dalam Syam, 2019), pengembangan usaha adalah suatu aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis perusahaan dan masyarakat.

Persaingan dalam usaha kuliner membutuhkan strategi promosi yang mudah diingat, unik, dan berbeda. Kondisi persaingan membuat pelanggan

rentan terhadap perubahan, sehingga rumah makan harus mampu mengikuti perubahan keinginan pelanggan secara konsisten untuk menonjolkan keunggulan masing-masing dan berusaha memuaskan pelanggan. Rumah makan sangat bergantung pada pelanggannya karena semakin banyak pelanggan yang datang, semakin banyak pendapatan yang dihasilkan. Oleh karena itu, rumah makan melakukan promosi untuk menunjukkan keunggulan produk dan menarik pelanggan. Tujuan promosi adalah untuk memberi tahu orang tentang produk, keunggulannya, harga, lokasi, dan cara memperolehnya.

Menurut Rahmana, Iriani, dan Oktarina (2012), strategi pengembangan industri pengolahan dapat digunakan untuk mengubah usaha kecil dan menengah menjadi bisnis yang menghasilkan nilai tambah dan berdaya saing. Ini akan memungkinkan mereka untuk berkompetisi di pasar domestik dan internasional karena memiliki keunggulan kompetitif. Selain itu, Rahmana (2009) menyatakan bahwa usaha kecil dan menengah perlu memanfaatkan teknologi informasi (TI) untuk meningkatkan daya saingnya. Penggunaan TI adalah salah satu cara untuk meningkatkan daya saing UKM, yang akan mendorong mereka untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner adalah Rumah Makan Kedai Bunda di Pangkalan Balai. Usaha Rumah Makan Kedai Bunda ini menawarkan beberapa menu makanan pokok dengan cita rasa dan kualitas sebagai produk utamanya. Rumah Makan Kedai Bunda berdiri sejak tahun 2019 dan melakukan grand opening pada tahun 2020 yang bertempat di Jalan Lintas Sumatera Pangkalan Balai, Banyuasin III, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan. Di sekitaran usaha Rumah Makan Kedai Bunda ini terdapat beberapa usaha yang sejenis. Oleh karena itu, perlu adanya strategi untuk mengembangkan usaha dalam meningkatkan daya saing dan memperoleh pendapatan yang lebih.

Strategi pengembangan usaha dapat dianalisis menggunakan berbagai pendekatan. Salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh Rumah Makan

Kedai Bunda adalah dengan melakukan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Fentiana & Ginting, 2020). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), serta secara bersamaan meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (strategic planner) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT (Rangkuti, 2001).

Manfaat analisis SWOT adalah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman organisasi (Rahardi, 2008). Analisis situasi merupakan awal proses perumusan strategi dan mengharuskan para manajer strategis untuk menemukan kesesuaian strategis antara peluang-peluang eksternal dan kekuatan-kekuatan internal, disamping memperhatikan ancaman-ancaman eksternal dan kelemahan-kelemahan internal (Hunger dan Wheelen, 2003). Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahannya, Rumah Makan Kedai Bunda dapat merumuskan strategi yang tepat untuk memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis ingin meneliti lebih lanjut dengan judul "**Strategi Pengembangan Usaha pada Rumah Makan Kedai Bunda di Pengkalan Balai**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan ruang lingkup tersebut maka masalah yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi yang tepat untuk pengembangan rumah makan Kedai Bunda?

2. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada rumah makan Kedai Bunda?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penelitian ini agar tidak menyimpang dari masalah yang akan dibahas, Penelitian ini difokuskan pada strategi pengembangan produksi, pemasaran, SDM dan keuangan dengan menggunakan analisis SWOT.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari laporan akhir ini yaitu:

1. Merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha rumah makan Kedai Bunda.
2. Untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada rumah makan Kedai Bunda.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari pelaksanaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi rumah makan, hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumbangan pemikiran kepada pemilik usaha rumah makan dalam meningkatkan produk dan kualitas pelayanan pada rumah makan Kedai Bunda dan menumbuhkan minat konsumen dalam jangka waktu yang lama.
2. Bagi penulis, penelitian ini merupakan usaha untuk meningkatkan kemampuan berpikir melalui penulis karya ilmiah dan untuk menerapkan teori-teori yang penulis peroleh selama perkuliahan di Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Kedai Bunda yang berlokasi di Jalan Lintas Sumatera Pangkalan Balai, Banyuasin III, Kabupaten Banyuasin. Bidang ilmu yang diambil yaitu Kewirausahaan mengenai “Strategi pengembangan usaha pada Rumah Makan Kedai Bunda Pangkalan Balai”.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2015:308), terdapat dua jenis sumber data yaitu:

a. Data Primer

Merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam hal ini peneliti melakukan pengambilan data- data tersebut diolah sendiri oleh penulis melalui wawancara langsung pada pemilik usaha rumah makan.

b. Data Sekunder

Merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian kali ini yang dapat menunjang penulis dalam pengumpulan data ada dua, yaitu:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Riset lapangan adalah kegiatan mengumpulkan data dengan cara mengadakan penelitian secara langsung ke rumah makan kedai bunda Pangkalan Balai. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara Wawancara (*Interview*).

Menurut Yusi dan Idris (2017:114), “Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden.”

Penulis melakukan tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancara. Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha rumah makan dan karyawan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan judul penelitian.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

a. Studi Kepustakaan

Yaitu teknik pengumpulan data dan informasi dengan bantuan berbagai macam bahan yang ada dipergustakaan seperti dokumen, buku, jurnal dan relevan dengan masalah yang akan di teliti. Dalam penulisan Laporan Akhir ini penulis mengumpulkan data dengan masalah yang akan diteliti yaitu mengenai kesekretariatan.

b. Studi Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen-dokumen atau bukti tertulis atau catatan-catatan tertulis perusahaan guna melengkapi Laporan Akhir.

1.5.4 Teknik Analisa Data

Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Metode Analisis Kualitatif, “Data Kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik” (Yusi dan Idris:108).

Teknik analisa kualitatif digunakan untuk menguraikan dan menjelaskan data berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik usaha.