

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, usaha kecil selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan yang penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Usaha kecil yang merupakan salah satu pilar perekonomian nasional, akhir-akhir ini banyak mendapat perhatian. Hal ini disebabkan karena akkerja serta dapat membantu kelangsungan roda perekonomian di negara kita.

Usaha kecil dianggap masyarakat mampu untuk membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang bergerak dibidang sektor informal, maka masyarakat mulai berfikir untuk menjalankan usaha kecil yang memiliki inovasi dalam menjalankan kegiatan bisnis usaha kecilnya.

Semakin banyaknya usaha kecil mengakibatkan ketatnya persaingan membuat pelaku bisnis yang lebih unggul, dituntut untuk mencari kiat-kiat yang tepat agar tetap mampu bertahan menghadapi persaingan. Oleh karena itu, penyesuaian diri pelaku bisnis terhadap perkembangan keadaan mutlak diperlukan. Menghadapi persaingan tersebut, pelaku bisnis membutuhkan suatu strategi yang terpadu yang dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan mampu bertindak proaktif / inovatif untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing dapat dilakukan antara lain dengan menetapkan strategi bisnis yang tepat.

Dalam menghadapi persaingan yang ketat, perbedaan dalam menerapkan kreativitas strategi yang dilakukan pelaku bisnis menjadi suatu keharusan. Keunggulan

dasar yang diperoleh pelaku bisnis ketika mampu menerapkan kreativitas strategi yang dilakukan dapat meningkatkan kinerja pemasaran.

Strategi bisnis yang efektif, salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau akan lebih baik bila dapat meningkatkan dari tahun ke tahun sesuai dengan kuantitas atau kualitas dari produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan. Dalam hal ini pihak manajemen harus membuat suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada dan berusaha mengurangi dampak atau ancaman yang ada menjadi suatu kesempatan yang menguntungkan bagi perusahaan.

Pelaku bisnis dituntut dapat melakukan analisis yang menguntungkan bagi kegiatan bisnisnya. Analisis tersebut yaitu analisis SWOT *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) yang dapat membantu para pelaku bisnis dalam menganalisis strategi bisnis yang harus digunakan, selain itu digunakan untuk menyusun strategi-strategi jangka Panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan dan semua perubahan dalam menghadapi pesaing. Analisis SWOT membandingkan antara faktor dengan faktor internal *Strengths* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan).

Pelaku bisnis harus dapat menentukan *Strengths* (kekuatan) dari sebuah produk yang dikeluarkan. Sehingga produk tersebut dapat dipercayai oleh konsumen, dan konsumen lebih memilih atau menggunakan produk tersebut. *Weaknesses* (kelemahan) dari sebuah produk yang dikeluarkan tentunya pasti ada kelemahan yang dimiliki oleh produk tersebut, tetapi sebagai pelaku bisnis yang dituntut untuk kreatif pasti sebuah kelemahan yang timbul akan menjadi sebuah kekuatan untuk mengambil peluang yang ada di masyarakat. Jadi janganlah kelemahan yang ada dibuat pembatas untuk terus berusaha mengembangkan produk yang diproduksi.

Sebagai pelaku bisnis *Opportunities* (peluang) yang ada' harus segera diambil untuk diterapkan dalam produk yang dibuat, maka dari itu pelaku bisnis harus *up to date* tentang informasi, keadaan atau situasi yang sedang berkembang dimasyarakat. Sehingga pelaku bisnis dapat memberikan apa yang sedang dibutuhkan dan dicari oleh masyarakat atau konsumen. *Threats* (ancaman) sangat mempengaruhi perkembangan dari sebuah bisnis. Ancaman yang ada membuat penghalang pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Ancaman tersebut biasanya berupa pesaing dari sebuah produk yang sama jenisnya dan juga mulai beralihnya konsumen ke pesaing yang ada disekitar lokasi kegiatan bisnis.

Analisis SWOT dapat membantu para pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnisnya dapat berjalan sesuai rencana bisnis dan tercapai tujuannya. Pelaku bisnis harus berani mengakui *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman) yang ada dalam kegiatan bisnisnya agar dapat melakukan strategi yang tepat sasaran dalam menjalankan bisnisnya.

Dalam Penelitian ini menggunakan sampel Warung Bakso dikarenakan bisnis makanan adalah bisnis yang tidak akan pernah mati, karena bersifat cepat habis dan dibutuhkan orang banyak. Semua orang pasti membutuhkan makan dan juga hampir rata-rata bisa membuat makanan, apalagi dengan perkembangan zaman saat ini dapat dengan mudah mendapatkan resep-resep dan cara-cara dari media komunikasi. Hal tersebut merupakan pendukung untuk memulai bisnis makanan walaupun tidak sedikit yang gagal, tetapi banyak juga yang sukses.apalagi kalua konsepnya disesuaikan dengan kemampuan.salah satunya adalah usaha bakso. Bakso adalah makanan berupa bola daging dab berbahan utama daging, baik sapi, ikan, udang maupun cumi-cumi.bentuknya yang menyerupai bola kecil, sehingga orang barat menyebutnya dengan *meat ball*.

Cita rasa yang khas dan tekstur yang kenyal menyebabkan bakso banyak disukai, dari anak-anak hingga orang dewaperkembangan. Bakso dalam perkembangannya menjadi populer diseluruh belahan bumi, termasuk Indonesia dan dipercaya bahwa bakso awalnya berasal dari Republik Rakyat Cina. Bisnis bakso adalah usaha yang membutuhkan modal yang relatif kecil dan tidak memerlukan modal terlalu besar.

Strategi bisnis yang dilakukan pedagang merupakan strategi untuk mengembangkan usahanya. Jika strategi tersebut berjalan sesuai dengan rencana maka kegiatan usaha akan dapat bertahan dari waktu ke waktu. Salah satunya adalah Warung bakso "Pojoek". Dimana Warung bakso "Pojoek" ini merupakan usaha kecil yang unik karena tempatnya yang berada pojok yaitu di Jalan Tenggilis Lama. Dimana Warung Bakso "Pojoek" mempunyai beberapa menu andalan yaitu berbagai macam menu pilihan seperti bakso mercon, bakso urat, bakso keju, bakso beranak, bakso halus dan bakso Jumbo. Untuk menghadapi persaingan pasar, pedagang bakso ini tentunya memiliki cara-cara tertentu dalam memenangkan persaingan pasar yaitu dari menu andalan dan harganya yang terjangkau sehingga dapat bertahan dari tahun ke tahun.

Dari sekian banyaknya pedagang yang belum mampu mempertahankan kelangsungan usahanya membuktikan strategi dan kreatifitas yang dilakukannya masih belum tepat, tetapi paling tidak terdapat beberapa pedagang yang telah menjalankan usahanya sehingga dapat bertahan lama seperti pedagang bakso pojok yang ada di Jalan Tenggilis Lama dan di Jalan Tenggilis Mejoyo Surabaya. Warung bakso "Pojoek" merupakan salah satu pedagang yang dapat menunjukkan kreatifitas dalam menjalankan usahanya dari waktu ke waktu.

Dari sekian banyaknya pedagang yang belum mampu mempertahankan kelangsungan usahanya membuktikan strategi dan kreatifitas yang dilakukannya masih belum tepat, tetapi paling tidak terdapat beberapa pedagang yang telah menjalankan usahanya sehingga dapat bertahan lama seperti pedagang bakso pojok yang ada di Jalan Tenggilis Lama-Surabaya. Warung Bakso “Pojok” merupakan salah satu pedagang yang dapat menunjukkan kreatifitas dalam menjalankan usahanya dari waktu ke waktu.

Usaha kecil menengah di Jalan Tenggilis Lama dan Jalan Tenggilis Mejoyo ini merupakan salah satu usaha kecil menengah yang keberadaannya semakin banyak dan berkembang di wilayah tersebut. Pemberian pelayanan pada konsumen, harga yang terjangkau, tempat yang strategis merupakan hal-hal yang diperhatikan konsumen dalam memilih tempat yang cocok dan sesuai, sehingga konsumen merasa puas dan pengusaha dapat bersaing dengan usaha lain dalam memasarkan makanannya. Tetapi kelemahan pada Warung Bakso “Pojok” ini kurang nyaman, tempatnya kecil dan tempatnya sangat panas, akan tetapi dapat bertahan dan mampu bersaing dengan pengusaha lain yang memakai menu sama seperti menu andalan Warung Bakso “Pojok”.

Warung Bakso “Pojok” mulai berdiri pada tahun 2000 hingga saat ini 2018 dapat dibuktikan dari pengembangan dalam bentuk tempat usaha. Awalnya pengusaha bakso “Pojok” ini berjualan keliling dengan modal awal Rp 300.000,00. Bisnis usaha ini didirikan oleh perseorangan yaitu Bapak Sumiran dan kini bisnis bakso yang bermodal tidak seberapa besar bisa memiliki karyawan.

Warung Bakso “Pojok” ini merupakan salah satu usaha kecil menengah (UKM) yang berada di Jalan Tenggilis Lama dan Tenggilis Mejoyo dalam bisnisnya mengalami peningkatan yang sangat baik, karena ide-ide nya yang kreatif sehingga membuat usaha bisnisnya semakin meningkat, menciptakan menu yang sangat unik dan sebelumnya

tidak di ketahui oleh masyarakat, sampai akhirnya menu andalan menjadi menu yang paling banyak dipilih di kalangan masyarakat dan menjadi kepopuleran di semua kalangan. Dengan strategi bisnis pada Warung Bakso “Pojoyok” membuat para pengusaha lainnya yang berada di wilayah tersebut mengikuti ide-ide, sehingga menjadi *trand center* di kalangan Usaha Kecil Menengah.

Walaupun sekarang Warung Bakso “Pojoyok” cukup terkenal, bukan berarti tidak ada kendala. Pada awalnya banyak yang berkomentar bahwa rasa bakso tidak enak. Bahkan, ketika awal diciptakannya menu baru konsumen berkomentar rasanya aneh karena isi bakso dirasa tidak sesuai. Namun, pemilik Warung Bakso "Pojoyok" terus menyesuaikan baksonya agar diterima di masyarakat.

Pencapaian omset pada Warung Bakso "Pojoyok" perhari mencapai sekitar kurang lebih 250 porsi, dengan harga Rp.8.000 untuk porsi biasa, 10.000 bakso besar, 15.000 bakso beranak. Namun pencapaian omset yang diterima dalam setiap tahunnya tidak terlalu meningkat, Menu bakso yang awalnya hanya berupa bakso halus dan kasar, kini terdapat menu yang unik dan tepat di kalangan anak muda yang suka mencoba hal baru. Untuk dapat meningkatkan penjualan pada Warung Bakso “Pojoyok”. Berikut penjualan Bakso “Pojoyok” dalam 10 tahun terakhir :

**Tabel 1.1 Penjualan Bakso “Pojok” Periode Tahun 2009-2017**

<b>No</b>	<b>Penghitungan Bulan Januari 2015-Desember 2017</b>	<b>Jumlah Pendapatan Perbulan</b>
1	Januari-Juni 2015	Rp 360.000.000
2	Juli-Juni 2015	Rp 331.200.000
3	Januari-Juni 2016	Rp 338.000.000
4	Juli-Desember 2016	Rp 345.000.000
5	Januari-Juni 2017	Rp 338.000.000
6	Juli-Desember 2017	Rp 374.400.000

Sumber : Data Bakso Pojok, 2018

Berdasarkan pada Tabel 1.1 diatas presentasi penjualan pada bulan Januari-Juni 2015 mengalami peningkatan Rp 360.000.000, kemudian pada bulan Juli-Desember 2015 mengalami penurunan Rp 331.200.000, kemudian pada bulan Januari-Juni 2016 mengalami peningkatan Rp 338.000.000, kemudian pada bulan Juli-Desember 2016 mengalami peningkatan Rp 345.600.000, selanjutnya pada bulan Januari-Juni 2017 mengalami penurunan Rp 338.400.000 dan pada bulan Juli-Desember 2017 mengalami peningkatan Rp 374.400.000.

Karena pendapatan naik turun maka perlu strategi yang tepat agar “Warung Bakso Pojok” dapat stabil dalam menjual produknya. Berikut data pesaing Warung Bakso “Pojok” :

**Tabel 1.2 Pesaing Bakso “Pojok”**

<b>NO</b>	<b>NAMA PESAING</b>	<b>ALAMAT</b>
1	Bakso Endel	Jl. Kendangsari Pasar

2	Bakso Teguh	Jl. Tenggilis Lama
3	Bakso Jamiran	Jl. Tenggilis Lama IV b
4	Bakso Cak Har	Jl. Tenggilis Kauman II
5	Bakso Gondrong	Jl. Rungkut Soponyono

Sumber : Pra penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 1.2 dengan melihat banyaknya pesaing menjadikan ‘Warung Bakso pojok’ harus memiliki strategi khusus dalam menghadapi pesaing. Dari uraian diatas membuat peneliti tertarik untuk meneliti strategi bisnis dari “Warung Bakso Pojok”. Maka judul dalam penelitian ini adalah **“Strategi Bisnis pada Warung Bakso “Pojok” di Tenggilis Lama- Surabaya”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi bisnis yang digunakan oleh Warung Bakso "Pojok" Surabaya yang beralamat di Jalan Tenggilis Lama-Surabaya?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis strategi bisnis yang digunakan oleh Warung Bakso "Pojok" Surabaya yang beralamat di Jalan Tenggilis Lama-Surabaya.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat Praktis

Sebagai masukan Warung Bakso “Pojok” dalam mengembangkan usahanya dan mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan strategi bisnis. Agar dapat bertahan dan mampu bersaing dengan usaha sejenis.

### 2. Manfaat Teoritis



Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan untuk kepentingan ilmiah. Referensi kepustakaan khususnya pada bidang strategi bisnis dan sebagai Referensi penelitian maupun pembuatan laporan selanjutnya.