

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, usaha kecil selalu mempunyai peranan yang penting, karena sebagian jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Usaha kecil merupakan salah satu pilar perekonomian nasional, akhir – akhir ini banyak mendapat perhatian. Hal ini disebabkan karena kemampuannya bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi dan menyerap tenaga kerja sangat membantu kelangsungan roda perekonomian di Negara Indonesia.

Karena usaha kecil dianggap masyarakat mampu untuk membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang bergerak dibidang sektor informal, maka masyarakat mulai berpikir 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 meningkat kemampuan bersaing. Kemampuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing dapat dilakukan antara lain dengan menetapkan strategi bisnis yang tepat.

Dalam menghadapi persaingan pasar 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 dan pembelanjaan organisasi.

Perilaku kreatif seseorang dipengaruhi oleh motivasi berkegiatan, kebebasan dan sumber daya manusia. Seseorang akan berperilaku kreatif jika mempunyai motivasi intrinsik tinggi, tertarik, menikmati dan puas atas tantangan dalam pekerjaannya, dalam hal ini adalah membuat program strategi bisnis yang tepat guna.

Strategi pemasaran 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.

Salah satu metode analisis yang dapat digunakan untuk merumuskan suatu formulasi strategi adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui

kekuatan (Strengths), peluang (Opportunities), kelemahan (Weaknesses), dan ancaman (Threats) pada objek penelitian. Dan hasil dari analisis SWOT dapat dirumuskan suatu strategi bisnis yang tepat untuk lebih meningkatkan dan mengembangkan hasil penjualan yang akan datang.

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 dimasyarakat. 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.

Strategi bisnis yang dilakukan pengusaha adalah strategi awal dalam mengembangkan usahanya di kemudian hari. Jika strategi tersebut berjalan sesuai dengan rencana maka kegiatan usaha akan dapat bertahan dari waktu ke waktu. Warung Soto Madura “Khoirul” yang berada di Jalan Mandala No.5 Semambung Juanda Sidoarjo merupakan warung yang paling lama dan tetap eksis dalam menjalankan usahanya. Untuk menghadapi persaingan pasar, pengusaha soto ini tentunya memiliki cara – cara tertentu dalam memenangkan persaingan pasar sehingga dapat bertahan dari tahun ke tahun.

Kenyataan di lapangan menunjukkan kurangnya kemampuan berkreatif yang dilakukan pedagang merupakan salah satu sebab usaha yang dijalankannya tidak dapat bertahan lama. Pedagang dalam menjalankan usahanya dituntut untuk terampil dan kreatif dalam mengembangkan ide – ide yang ada dalam pikirannya untuk kemudian dituangkan dalam suatu rencana strategi bisnis dalam menjalankan kegiatan usahanya. 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 strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya sehingga dapat bertahan lama seperti Warung Soto Madura “Khoirul” yang berada di Jalan Mandala No.5 Semambung Sidoarjo. Warung Soto Madura “Khoirul” merupakan salah satu pedagang yang dapat menunjukkan kreatifitas dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya, selain itu faktor strategi yang dilakukan juga

turut berperan serta dalam mempertahankan dan mengembangkan kelangsungan usahanya dari waktu ke waktu.

Usaha kecil menengah di jalan Mandala No.5 Semambung Juanda Sidoarjo 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 Soto Madura “Khoirul” ini kurang nyaman, tempatnya kecil dan kurang bersih akan tetapi dapat bertahan dan mampu bersaing dengan pengusaha lain yang memakai menu sama seperti menu andalan Warung Soto Madura “Khoirul”.

Warung Soto Madura “Khoirul” mulai berdiri pada tahun 2000 hingga saat ini, dapat dibuktikan dari pengembangan dalam bentuk tempat usaha. Awal mulanya pengusaha Soto Madura “Khoirul” ini ikut orang bekerja untuk mencari modal usaha, sehingga Soto Madura “Khoirul” ini mengumpulkan modal dari hasil bekerjanya yaitu dengan modal awal Rp 10.000.000,00. Bisnis usaha ini didirikan oleh perseorangan yaitu Bapak Khoirul.

Warung Soto Madura “Khoirul” yang merupakan salah satu usaha kecil menengah (UKM) yang berada di Jalan Patung Kuda Delta Mandala No. 5 Semambung Juanda Sidoarjo dalam bisnisnya mengalami peningkatan yang sangat baik, karena ide-ide nya yang kreatif sehingga

membuat usaha bisnisnya semakin meningkat, menciptakan menu yang baru selain soto daging, sampai akhirnya menu andalan menjadi menu yang paling banyak dipilih di kalangan masyarakat terutama bagi para pekerja kantor dan karena dekat dengan bandara Juanda para Pramugari / Pilot juga tidak mau ketinggalan cita rasa Soto Madura “Khoirul”. Dengan strategi bisnis pada Warung Soto Madura “Khoirul” membuat para pengusaha lainnya yang berada di wilayah tersebut mengikuti ide - ide di kalangan Usaha Kecil Menengah. Pesaing warung Soto Madura “Khoirul” ini yaitu soto daging tanpa brand.

Walaupun sekarang Warung Soto Madura “Khoirul” cukup terkenal, bukan berarti tidak ada kendala. Pada awalnya Soto Madura ini hanyalah Soto Daging biasa. Bahkan, ketika awal diciptakannya menu baru soto daging terdapat beberapa pilihan menu soto yang disajikan yaitu soto daging biasa, soto daging istimewa, soto iga, soto buntut. Namun, pemilik Warung Soto Madura “Khoirul” terus menyesuaikan sotonya agar diterima dimasyarakat. Soto Madura “Khoirul” menyiapkan menu soto untuk satu hari penuh, warung Soto Madura “Khoirul” buka mulai pukul 06.00 pagi hingga tutup pukul 22.00 malam. Dalam sehari bisa menghabiskan sekitar 100 kilogram buntut dan 50 kilogram daging. Usaha ini merekrut 9 orang karyawan, untuk sistem penggajian memakai sistem perbulan masing – masingnya perorang yaitu Rp 1.500.000,00. Masing – masing karyawan mendapatkan komisi Rp 100.000,00 perhari dibagi untuk 9 orang.

Pencapaian omset pada Warung Soto Madura “Khoirul” perhari mencapai sekitar kurang lebih 250 porsi itu kalau ramai. Dalam sehari bisa mendapatkan kurang lebih Rp 7.000.000,00 (kotor) belum dipotong dengan biaya material lainnya. Jadi keuntungan Warung Soto Madura “Khoirul” Rp 7.000.000,00 (omzet) dikurangi Rp 5.000.000,00 (bahan baku) yaitu Rp 2.000.000,00 per hari. Untuk perbulannya Soto Madura “Khoirul” mendapatkan kurang lebih Rp 60.000.000,00 dikurangi Rp 13.500.000,00 (gaji karyawan perbulan) yaitu Rp 46.500.000,00 dikurangi Rp 500.000,00 (biaya listrik dan air) yaitu Rp 46.000.000,00 dikurangi Rp 3.000.000,00 (biaya komisi karyawan untuk 9 orang) yaitu Rp 43.000.000 perbulan bersih. Untuk seporsi Soto Daging Biasa bersama satu nasi bungkus membandrol seharga Rp 20.000,00, untuk Soto Daging Campur dihargai Rp 25.000,00, sedangkan untuk Soto Buntut dan Soto Iga mematok harga Rp 35.000,00. Seporsi Soto Madura Khoirul yang asli Bangkalan Madura ini akan disajikan dengan nasi khas yang dibungkus daun pisang.

Tabel 1.1 Pemasukan Warung Soto Madura “Khoirul” per tahun

TAHUN	PEMASUKAN
2014	Rp. 425.000.000
2015	Rp. 455.000.000
2016	Rp. 516.000.000

Sumber : Data Warung Soto Madura “Khoirul” Diolah oleh penulis

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka penulis ingin mengetahui bagaimana strategi bisnis yang dilakukan warung yang ada di Jalan No. 5 Mandala Semambung Juanda Sidoarjo, khususnya Warung Soto Madura “Khoirul”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di depan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

“Strategi bisnis apakah yang dilakukan pedagang Soto Madura “khoirul” di jalan Patung Kuda Delta Mandala No 5 Semambung Juanda Sidoarjo”?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut :

“Untuk mengetahui dan menganalisis Strategi bisnis yang dilakukan pedagang Soto Madura “Khoirul” dalam mengembangkan usahanya”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Hasil dari objek penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya Ilmu Administrasi Bisnis, perbendaharaan dan referensi kepustakaan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, khususnya dibidang strategi bisnis yang digunakan Usaha Kecil Menengah (UKM)

pada strategi bisnis warung Soto Madura “Khoirul” di jalan Mandala No. 5 Semambung Juanda Sidoarjo.

1.4.2 Secara Praktis

Hasil dari objek penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai kebijakan bagi pihak manajemen Warung Soto Madura “Khoirul” di Jalan Mandala No. 5 Semambung Juanda Sidoarjo, agar dapat semakin maju dan berkembang.