

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, usaha kecil selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting. Sebab sebagian besar jumlah penduduk di Indonesia hidup dalam kegiatan usaha kecil menengah baik di sektor tradisoinal maupun modern. Usaha kecil yang 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 yang sangat membantu kelangsungan hidup masyarakat dalam perekonomian di Indonesia. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), pengertian UMKM adalah :

- a. Usaha Mikro, adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil, adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak

langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

- c. Usaha Menengah, adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Terdapat tiga alasan yang mendasari negara berkembang memandang pentingnya keberadaan UMKM yaitu,

1. Karena kinerja UMKM cenderung lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif.
2. Sebagai bagian dari dinamikanya, UMKM sering mencapai peningkatan produktifitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi.
3. UMKM sering diyakini memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dari pada usaha besar.

Dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) 2018, Pemerintah menargetkan pertumbuhan ekonomi pada 2018 dapat mencapai 5,4 - 6,1 persen, atau pada titik 5,6 persen. Menteri PPN/ Kepala Bappenas Bambang Brodjonegoro dalam laporannya saat pembukaan Musyawarah Perencanaan Pembangunan Nasional

(Musrenbangnas) tahun 2018, di Hotel Bidakara, Jakarta, Rabu (26/4/2017) mengakui, dengan target pertumbuhan setinggi itu akan mendorong pemerintah mencari sumber-sumber pendongkrak pertumbuhan tersebut.

Ia menyebutkan, terdapat enam sektor yang memiliki sumbangan terbesar terhadap pertumbuhan, yaitu industri pengolahan terutama nonmigas, pertanian, perdagangan, informasi dan komunikasi, serta jasa keuangan. “Namun di tahun 2018, pembangunan difokuskan pada tiga sektor prioritas, yaitu industri pengolahan, pertanian, dan pariwisata. Sementara, konsumsi dari investasi tetap harus menjadi pendorong pertumbuhan,” jelas Bambang. Menurut Menteri PPN/ Kepala Bappenas itu, dalam RKP 2018 telah ditetapkan tema pembangunan, yaitu “Memacu Investasi dan Infrastruktur Untuk Pertumbuhan dan Pemerataan”.

Tema pembangunan 2018 yang menekankan pada investasi dan percepatan pembangunan infrastruktur itu, menurut Menteri PPN/ Kepala Bappenas, diharapkan dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi di tahun 2018, serta sekaligus mengurangi ketimpangan yang ada, baik antar individu maupun antar wilayah. Selain itu, lanjut Bambang, dalam RKP Tahun 2018 telah disepakati 10 Prioritas Nasional, yang meliputi: 1. Pendidikan; 2. Kesehatan; 3. Perumahan dan Permukiman; 4. Pengembangan Dunia Usaha dan Pariwisata; 5. Ketahanan Energi; 6. Ketahanan Pangan; 7. Penanggulangan Kemiskinan; 8. Infrastruktur, Konektivitas, dan Kemaritiman; 9. Pembangunan Wilayah; dan 10. Politik, Hukum, Pertahanan, dan Keamanan. Upaya mencapai sasaran sepuluh Prioritas Nasional itu, menurut Menteri PPN/ Kepala Bappenas Bambang Brodjonegoro, dilaksanakan oleh Kementerian/ Lembaga, bersama Pemerintah Daerah secara

terintegrasi melalui penetapan Program Kegiatan serta Proyek Prioritas yang dapat ditentukan lokasi kegiatannya.

(Sumber: www.setkab.go.id/tetapkan-10-program-prioritas-pemerintah-targetkan-pertumbuhan-ekonomi-56-persen/ Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, oleh: Humas, diposkan pada : 26 April 2017)

Sejalan dengan program Pemerintah pembangunan perekonomian masuk dalam 10 Prioritas Nasional tersebut yaitu, Pengembangan Dunia Usaha (yang meliputi usaha kecil dan menengah). Usaha kecil dianggap masyarakat mampu untuk membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang bergerak dibidang informal, maka masyarakat mulai berfikir untuk menjalankan usaha kecil yang memiliki inovasi dalam menjalankan kegiatan bisnis.

Banyaknya usaha kecil yang ada di masyarakat mengakibatkan ketatnya persaingan membuat pelaku bisnis yang lebih unggul, dituntut untuk mencari kiat-kiat yang tepat agar mampu bertahan menghadapi persaingan. Pelaku bisnis harus mampu menyesuaikan diri terhadap perkembangan dan keadaan saat ini. Dalam menghadapi persaingan, pelaku bisnis membutuhkan suatu strategi yang dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan mampu berinovasi untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan dalam bersaing dapat dilakukan dengan menentukan strategi bisnis yang tepat.

Strategi pemasaran, salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau akan lebih baik bila dapat meingkat dari tahun ke tahun sesuai dengan kuantitas/ kualitas 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 ancaman yang ada menjadi suatu kesempatan. Kreatifitas strategi penting dilakukan bila dihubungkan dengan tingkat inovasi pada umumnya agar tercipta perencanaan strategi yang mampu mengembangkan kreatifitas konsep strategi kedalam langkah-langkah prosedur penerapan program strategi bisnis.

Penentuan usaha bagi bentuk usaha kecil menengah merupakan hal yang sangat penting, sehubungan dengan efisiensi atas biaya dalam memperoleh bahan baku maupun menghemat biaya transportasi dalam distribusi dan penjualan produk akhirnya. Lokasi yang mudah dilihat, mudah ditemukan dan tidak sulit menjangkaunya akan sangat membantu dalam pemasaran produk atau jasa suatu usaha kecil menengah. Dengan sering dilihat, dilewati atau didatangi, suatu produk akan berpeluang akan dibeli lebih banyak, lebih sering atau lebih laku dari pada produk sejenis namun ditempat yang sulit terjangkau.

Dalam menentukan tempat usaha, pelaku bisnis dituntut dapat melakukan analisis yang menguntungkan bagi kegiatan bisnisnya. Analisis tersebut yaitu analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) dapat membantu para pelaku bisnis menganalisis bagaimana strategi bisnis yang harus dijalankan, 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 eksternal diantaranya Peluang

(*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weaknesses*).

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 sebuah kelemahan bukan merupakan 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 dapat mengetahui informasi terkini, tentang keadaan atau situasi yang sedang berkembang di masyarakat. Sehingga pelaku bisnis dapat memberikan apa yang sedang dibutuhkan dan diinginkan 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 di sekitar 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), dan *Threats* (ancaman) yang ada dalam kegiatan bisnisnya agar dapat melakukan strategi yang tepat sasaran dalam menjalankan bisnisnya.

Strategi bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis merupakan strategi untuk mengembangkan usahanya. Jika strategi tersebut berjalan sesuai dengan rencana maka usaha akan dapat bertahan lama dari waktu ke waktu meskipun hadir pesaing yang semakin banyak. *Café Duduk-Duduk Aja* merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada bidang kuliner yang berada di jalan Karah Agung di daerah Jambangan, Surabaya. *Café Duduk-Duduk Aja* merupakan tempat unik, tidak hanya menyediakan makanan dan minuman seperti tempat/ *café-café* yang lain. *Café* ini memiliki konsep menyediakan kegiatan kreatif, edukasi, dan budaya. Tentu hal ini menjadikan nilai tambah bagi *Café Duduk-Duduk Aja* di banding pesaing-pesaing dalam bidang yang sama pada daerah tersebut khususnya.

Dalam kegiatan kreatif *Café Duduk-Duduk Aja* mengadakan kegiatan seperti *stand up comedy* kegiatan ini dilaksanakan setiap 2 minggu sekali di hari kamis, kegiatan sanggar Muz Dalifa yang berkegiatan tentang pengajaran anak-anak usia Taman Kanak-Kanak yang dilaksanakan 1 bulan sekali, dan selain itu baru saja digelar karya ilmiah untuk Olimpiade Akuntansi Jawa-Bali yang dilakukan secara *Online*. Secara edukasi kegiatan *workshop* tentang kopi, sablon baju, topi, dan lain-lain. Dalam segi budaya dapat tersalurkan melalui musik *instrumental* yang dilakukan di *Café Duduk-Duduk Aja*, yang memiliki tempat

untuk melakukan penampilan/ pertunjukan musik atau pun *stand up comedy* yang diberi nama “Gigs”.

Selain konsep yang menarik *Café Duduk-Duduk Aja* juga memiliki menu minuman andalan yang lebih mengedepankan kesegaran seperti sorak-sorak bergembira (melon dan jeruk), api asmara yang dulu pernah membara (mangga, kelapa dan pandan), hore-hore (*strawberry* dan jeruk), *after shower* (air kelapa dan markisa) tidak hanya menu yang unik namun juga tersedia minuman kesehatan yang dapat memperlancar pencernaan yaitu kombucha (merupakan produk minuman tradisional hasil fermentasi teh dan gula dengan menggunakan starter mikroba kombucha), dan masih banyak menu minuman yang tersedia. Menu makanan yang tersaji juga tidak kalah menarik termasuk ada juga chapati (roti rata yang tak beragi, hampir sama seperti canai atau roti mariam) dengan berbagai rasa coklat, keju *mozzarella*, dll dan masih banyak menu makanan lainnya.

Café Duduk-Duduk Aja juga memiliki konsep *interior* yang tidak kalah menarik dan klasik, karena sebagian besar bahan yang digunakan merupakan bahan *recycle* seperti kaset pita, piringan hitam, tempat gitar yang difungsikan menjadi mading, dan hiasan barang klasik lainnya seperti lampu gantung, biola, kamera jadul, trompet, papan permainan congklak, radio kuno, telepon jadul, dan kotak pos klasik, di sertai gambar mural yang berada di beberapa bagian tembok *Café Duduk-Duduk Aja*. Nama *Café Duduk-Duduk Aja* bukan tanpa sebab atau hanya asal membuat. Menurut pemilik, *Café Duduk-Duduk Aja* memiliki makna yaitu, “apabila satu atau dua orang bahkan lebih terlibat dalam suatu pembicaraan/

perbincangan yang bertemakan atau membahas hal apa pun, dengan posisi duduk-duduk santai dalam pembicaraannya maka akan mendapatkan akad yang sempurna”.

Berdasarkan penjelasan dan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi bisnis yang dilakukan *Café Duduk-Duduk Aja* yang berada di jalan Karah Agung No.36A Jambangan-Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

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

“Bagaimana strategi bisnis yang dilakukan *Café Duduk-Duduk Aja* yang berada di Jl. Karah Agung No. 36 A, Kecamatan Jambangan, Surabaya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi bisnis yang dilakukan *Café Duduk-Duduk Aja* yang berada di Jl. Karah Agung No. 36A, Kecamatan Jambangan, Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Secara Praktis

Sebagai masukan *Café* Duduk-Duduk Aja dalam mengembangkan usaha dan mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan strategi bisnis, agar dapat bertahan dan mampu bersaing dengan usaha sejenis.

2. Secara Teoritis

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