

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Makanan atau minuman, yaitu zat yang dapat dikonsumsi atau digunakan untuk memberikan nutrisi bagi tubuh, merupakan salah satu kebutuhan dasar kehidupan. Evolusi sektor makanan dan minuman di pasar domestik dan luar negeri sejauh ini sangat cepat. Perkembangan dalam bidang makanan dan minuman ini ditandai dengan makin banyaknya inovasi dari usaha makanan dan minuman yang menawarkan atau menyajikan berbagai macam variasi menu. Unit usaha makanan dan minuman di Indonesia terdiri dari industri besar dan industri mikro, kecil serta menengah (UMKM). Sejumlah besar bisnis di sektor makanan dan minuman, yang menciptakan persaingan ketat untuk pasokan produk tidak dapat dihindari. Ini adalah penyebab inovasi di sektor makanan oleh pengusaha dan produsen untuk menjadi lebih kompetitif atau lebih baik memungkinkan mereka untuk bersaing dan menjalankan bisnis mereka selama periode pengembangan kegiatan ekonomi di sektor makanan dan minuman.

Usaha mikro, kecil, serta menengah berfungsi berarti dalam perkembangan ekonomi Indonesia. UMKM mempunyai kedudukan berarti dalam pembangunan serta perkembangan ekonomi baik di negeri berkembang ataupun negeri maju. UMKM ialah salah satu tipe usaha kecil serta menengah yang berfungsi sangat berarti dalam menaikkan serta mengembangkan perekonomian penduduk. UMKM sudah membagikan donasi yang signifikan dalam menekan perkembangan ekonomi serta mempunyai kemampuan besar guna menambah kesejahteraan warga

Indonesia. Hal ini disebabkan pemanfaatan tenaga kerja dari sektor UMKM yang relatif besar.

Usaha Mikro, Kecil, serta Menengah (UMKM) ialah suatu tipe usaha yang membagikan donasi cukup besar bagi Indonesia. Kontribusi dan peran UMKM adalah untuk memperluas kesempatan kerja, menyerap tenaga kerja, membangun produk domestik bruto (PDB), dan menambah pendapatan penduduk berpenghasilan rendah yang bergerak pada aktivitas ekonomi produktif. Keberadaan UMKM tidak perlu diragukan lagi, apalagi mereka telah membuktikan diri sebagai kekuatan ekonomi pasca krisis ekonomi (Sudaryanto, 2011).

Keberadaan UMKM sangat penting untuk pembangunan dan kemajuan ekonomi suatu negara. Dengan banyaknya usaha kecil, diharapkan dapat mencapai kepentingan bersama suatu negara. Pembentukan perusahaan di sektor UMKM bisa memanfaatkan tenaga kerja serta mengurangi banyaknya jumlah pengangguran. Jumlah pengangguran yang rendah berarti bahwa zona usaha mikro, kecil serta menengah mempekerjakan lebih banyak tenaga kerja, yang membantu upaya pengentasan kemiskinan pemerintah.

Dalam menjalankan bisnis, baik di perusahaan UMKM maupun perusahaan besar, kondisi internal dan eksternal dapat mempengaruhi kinerja bisnis yang dikelola. Oleh karena itu, perencanaan dan pelaksanaan strategi yang tepat sejalan dengan pengembangan perusahaan merupakan kunci penting untuk pertumbuhan perusahaan. Sejalan dengan revolusi industri 4.0 yang menciptakan teknologi terus menjadi maju dan serta bertumbuh menjadikan teknologi menjadi salah satu pilar yang berarti bagi kemajuan UMKM. Bertambahnya jumlah pelaku usaha UMKM

menyebabkan persaingan bisnis semakin kompetitif. Berkembangnya sektor UMKM memiliki dampak positif terhadap perekonomian, namun di sisi lain peningkatan sektor UMKM memiliki sisi negatif dari sisi pelaku usaha yang sudah bergelut di bidang tersebut.

Berikut merupakan data perkembangan jumlah UMKM di Yogyakarta pada tahun 2018 hingga tahun 2022 yang disajikan pada tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Data Perkembangan Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Yogyakarta Tahun 2018-2022**

No	Tahun	Jumlah (Unit)
1.	2018	141.991
2.	2019	143.385
3.	2020	188.033
4.	2021	302.446
5.	2022	324.745

Sumber: BAPEDDA Yogyakarta, 2023

Berdasarkan data tabel 1.1 di atas, jumlah UMKM di Yogyakarta semakin meningkat dari waktu ke waktu. Kenaikan yang tertinggi terjadi pada tahun 2021, yaitu berjumlah 302.446 unit UMKM. Sebagian besar dari para pelaku UMKM yang baru akan mengambil beberapa porsi pangsa pasar dari pelaku usaha lama, hal tersebut menyebabkan berkurangnya pendapatan yang diterima dari para pengusaha lama. Untuk mempertahankan eksistensi mereka sendiri dan tetap relevan, sektor makanan dan minuman yang berbeda harus terus inovatif. Dengan persaingan yang

ketat, pengusaha harus selalu waspada terhadap peluang dan peduli terhadap berbagai perubahan lingkungan.

Pengembangan usaha adalah serangkaian tindakan yang berusaha menciptakan produk dan jasa dengan metode meningkatkan berbagai macam tipe sumber energi yang ada setelah itu mengubahnya menjadi benda serta jasa yang diimpikan konsumen (Allan Affuah). Sebagai pengusaha pengetahuan dan kreativitas yang dimiliki dapat menunjang pengembangan usaha yang dijalani. Sebelum sukses dalam menjalankan usaha pasti setiap pengusaha memiliki cerita suka dan duka dalam perjalanannya. Dibalik kesuksesan yang diraih oleh pengusaha tidak sedikit cerita yang menyedihkan dibalik kesuksesan tersebut. Ketika menjalankan bisnis, pengusaha sering mengalami kerugian atau bangkrut. Namun berkat keuletan, kepintaran, ketekunan, dan keberanian para pengusaha ini, bisnis yang mereka jalani selama bertahun-tahun akhirnya berhasil.

Pengembangan usaha ditentukan dengan kemampuan membangun strategi. Strategi digunakan untuk mengantisipasi perubahan lingkungan, perusahaan membutuhkan strategi dalam memutuskan setiap langkah yang akan diambil. Strategi berasal dari bahasa Yunani, khususnya "*strate-gos*", yang diartikan "sesuatu yang dilakukan para jenderal untuk memenangkan pertempuran" (Rahmat dalam Hamali, 2016). Dapat juga dikatakan strategi adalah instrument yang digunakan untuk mencapai tujuan. Bagi suatu perusahaan, tujuan yang ingin dicapai adalah berhasil dan sukses untuk menjual produk yang mereka tawarkan sehingga dapat mendapatkan laba penjualan. Untuk mendapatkan posisi yang lebih baik, mengambil tindakan yang berbeda terhadap pesaing dalam industri adalah aspek terpenting dari pengembangan strategi. Secara garis besar, strategi berarti

serangkaian tindakan yang ditujukan untuk menyelaraskan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan eksternal industri (Hamali, 2016).

Setiap perusahaan harus menggunakan strategi untuk mengembangkan bisnisnya. Manajemen strategis juga diperlukan untuk usaha kecil dan menengah, bukan hanya yang besar. Keputusan dan tahapan yang diambil untuk mencapai tujuan perusahaan harus menjadi bagian dari sistem manajemen strategis (M. Suyanto, 2007). Manajemen strategis berarti membuat keputusan yang berwawasan ke depan, jangka panjang, dan kompleks.

Di berbagai tingkat bisnis atau pasar, pengusaha yang mengerjakan berbagai macam produk bersaing. Mengembangkan strategi bisnis diperlukan untuk memastikan bahwa penerapannya konsisten dengan misi, tujuan, dan kebijakan perusahaan. Perencanaan strategis memiliki 3 (tiga) tahapan utama. Penyelarasan kepentingan organisasi dengan kepentingan pemangku kepentingannya adalah langkah pertama, pada fase ini masing-masing pihak yang memberikan kontribusi terhadap perusahaan dipengaruhi oleh berbagai aktivitas perusahaan. Tahap kedua adalah perumusan dan perumusan strategi perusahaan, yang diawali dengan perumusan visi dan misi. Kemudian langkah selanjutnya untuk mencapai target yang ditetapkan, juga perlu untuk melaksanakan tujuan spesifik seperti yang akan memberikan hasil aktual. Fase ketiga adalah pengembangan rencana atau strategi bisnis.

Bouncee Kitchen adalah salah satu dari banyaknya UMKM di Yogyakarta yang bergerak dalam bidang kuliner. Usaha ini mulai dijalankan sejak Tahun 2021, produk pertama yang dijual oleh Bouncee Kitchen adalah cimol isi keju dengan

berbagai macam pilihan saus. Cimol merupakan cemilan yang sering dijumpai di pinggir jalan dan rasanya yang enak dan memiliki berbagai pilihan rasa. Dari usia muda hingga tua masyarakat di Indonesia banyak yang menyukai cimol. Jika dideskripsikan rasa yang gurih dan tekstur yang kenyal sangat menggambarkan citarasa yang dimiliki cimol.

Inovasi produk adalah bagian penting dari teori pengembangan bisnis. Demikian pula, Bouncee Kitchen juga perlu untuk melakukan pengembangan lebih lanjut. Inovasi yang telah dilakukan oleh Bouncee Kitchen yaitu memberi isian keju pada cimol yang sebelumnya biasa dijumpai tanpa isi dan hanya menggunakan bubuk bumbu tabur. Selain itu Bouncee Kitchen juga membuat berbagai macam saus yang bermacam-macam dan berbeda dari cimol biasa.

Pada saat ini sudah banyak olahan modern yang berkembang di Indonesia. Bouncee Kitchen berusaha untuk melayani pembeli dengan sebaik mungkin dan mempertahankan kualitas makanan. Perkembangan suatu usaha dapat dilihat dari laporan keuangannya. Untuk melihat perkembangan usaha Bouncee Kitchen, dapat dilihat dari laporan keuangan dalam omset penjualan perbulannya, seperti berikut:

**Tabel 1.2 Omzet Penjualan Bouncee Kitchen**

**Periode Juni 2022-Mei 2023**

<b>No.</b>	<b>Bulan</b>	<b>Omset Penjualan</b>
1.	Juni 2022	Rp4.000.000
2.	Juli 2022	Rp5.400.000
3.	Agustus 2022	Rp5.700.000
4.	September 2022	Rp5.000.000
5.	Oktober 2022	Rp4.500.000
6.	November 2022	Rp4.800.000

7.	Desember 2022	Rp7.000.000
8.	Januari 2023	Rp4.800.000
9.	Februari 2023	Rp8.000.000
10.	Maret 2023	Rp5.800.000
11.	April 2023	Rp6.000.000
12.	Mei 2023	Rp6.500.000

Sumber: Bouncee Kitchen, 2023

Berdasarkan data omzet penjualan di atas terlihat bahwa usaha Bouncee Kitchen mengalami fluktuasi. Pada bulan Juni 2022 sampai dengan Agustus 2022 omzet Bouncee Kitchen mengalami kenaikan dari Rp4.000.000 hingga Rp5.700.000, sedangkan pada bulan September 2022 dan Oktober 2022 mengalami penurunan. Dari bulan Maret 2023 hingga Mei 2023 omzet Bouncee Kitchen bisa dikatakan terus meningkat meskipun belum terjadi peningkatan yang signifikan. Pendapatan yang dihasilkan oleh Bouncee Kitchen masih belum stabil, terkadang terjadi kenaikan dan penurunan penjualan.

Dalam menjalankan usaha Bouncee Kitchen selain kendala pendapatan Bouncee Kitchen yang belum stabil. Kendala yang dihadapi selanjutnya yaitu pengelolaan keuangan yang kurang baik. Bouncee Kitchen belum memiliki rencana keuangan bisnis yang baik untuk membuat anggaran dan memastikan uang yang digunakan sepenuhnya untuk kepentingan bisnis. Pada pengelolaan keuangan ini Bouncee Kitchen juga belum memiliki alokasi dana darurat, sebagai pelaku bisnis seharusnya mempersiapkan untuk keadaan yang tidak pasti. Ada kalanya penjualan sepi dan ramai, namun pengeluaran operasional selalu ada. Untuk itu Bouncee

Kitchen harus mengalokasikan dana darurat agar pada masa-masa sulit bisnis masih dapat bertahan.

Melihat permasalahan dan kendala yang dihadapi Bouncee Kitchen dari uraian di atas, diperlukan strategi untuk mengembangkan bisnis ini. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Bouncee Kitchen di Yogyakarta”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, berikut ini perumusan masalah akan dibahas dalam penelitian:

1. Bagaimana analisis lingkungan bisnis pada Bouncee Kitchen untuk mendukung keberlangsungan usaha?
2. Bagaimana analisis kelayakan usaha pada Bouncee Kitchen untuk mendukung keberlangsungan usaha?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha pada Bouncee Kitchen di Yogyakarta?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana hasil dari analisis lingkungan pada Bouncee Kitchen.
2. Untuk mengetahui bagaimana hasil dari analisis kelayakan usaha pada Bouncee Kitchen.
3. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan Bouncee Kitchen di Yogyakarta.



## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan menjadi alat yang bermanfaat untuk membawa pemahaman peneliti tentang kewirausahaan, perencanaan bisnis (*business plan*), dan wawasan pengembangan bisnis ke dalam praktik.

### **b. Bagi Program Studi**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber kepustakaan Program Studi D-IV Manajemen dan Administrasi logistik Universitas Diponegoro serta sebagai salah satu referensi yang dapat digunakan bagi penelitian lain yang berkaitan dengan perencanaan bisnis (*business plan*).

### **c. Bagi Entitas Usaha di Bidang Makanan**

Diharapkan hasil penelitian yang dilakukan pada Bouncee Kitchen tentang bagaimana mengembangkan dan menentukan strategi pengembangan bisnis di masa depan dapat membantu usaha di bidang makanan semakin berkembang.