

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Ketatnya kompetisi dalam dunia industri dewasa ini disebabkan oleh kondisi perekonomian yang tidak stabil, karena disebabkan oleh kurs nilai mata uang yang relatif tidak konstan dan bersifat fluktuatif. Setiap mata uang selalu menghadapi kemungkinan terjadinya apresiasi atau depresiasi nilai tukar terhadap mata uang negara lain. Demikian halnya yang terjadi dengan mata uang Indonesia yakni rupiah yang mengalami fluktuasi terhadap dollar Amerika Serikat. Hal ini sangat mempengaruhi berbagai aspek perusahaan, khususnya pada peningkatan biaya bahan baku. Jika biaya bahan baku mengalami peningkatan maka mengakibatkan biaya produksi yang tinggi sehingga juga akan mempengaruhi harga produk jadi maupun setengah jadi yang ikut serta mengalami kenaikan, maka dari fenomena permasalahan perekonomian tersebutlah dapat memicu terjadinya inflasi sehingga menyebabkan timbulnya daya saing yang semakin kompetitif antara industri satu dengan industri lainnya.

Sebagian industri kecil dan menengah memang turut terpengaruh dampak dari permasalahan tersebut, terutama industri yang masih bergantung kepada pasokan impor. Hal tersebut hanya terjadi pada beberapa industri yang ada di Indonesia, karena relatif sedikit industri kecil dan menengah yang menggunakan bahan baku impor, dikarenakan hal itulah sebagian besar usaha kecil dan menengah relatif mampu bertahan, bahkan pertumbuhannya menunjukkan peningkatan dibandingkan dengan industri besar. Selain itu realitas menunjukkan bahwa keberadaan usaha kecil merupakan salah satu motor penggerak yang penting bagi pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara. Akan tetapi hal tersebut tidak berarti membebaskan industri kecil dan menengah dari gejolak persaingan pasar yang semakin kompetitif yang terjadi pada saat ini, sehingga menuntut setiap industri kecil dan menengah untuk lebih teliti dan terarah dalam menilai dan memfokuskan diri dalam persaingan produk maupun sistem industri. Persaingan yang semakin ketat dalam memperebutkan pasar serta keinginan perusahaan untuk mengembangkan usahanya, mengharuskan perusahaan untuk

menciptakan konsep strategi pengembangan usaha yang sesuai, guna mendorong industri tersebut tumbuh dan berkembang. Dalam hal ini tidak akan terlepas dari persoalan yang timbul, baik dari dalam maupun dari luar industri tersebut. Perencanaan yang baik pada suatu perusahaan akan selalu menempatkan perusahaan dalam posisi atau jalur yang benar. Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi masalah dan ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Proses analisis perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategi. Tujuan utama perencanaan strategi adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif dari kondisi-kondisi internal dan eksternal untuk memperoleh keunggulan dalam persaingan dan memiliki produk sesuai dengan keinginan konsumen. Pemahaman yang baik mengenai strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan sangatlah penting untuk menentukan suksesnya strategi yang akan disusun, konsep-konsep tersebut antara lain meliputi (Freddy Rangkuti, 2014):

- a. Distinctive Competence : Tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
- b. Competitive Advantage : Kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Strategi merupakan salah satu faktor penentu dalam membentuk keunggulan bisnis, termasuk perindustrian baik industri kecil maupun besar. Strategi merupakan cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam dunia bisnis strategi diimplikasikan dalam perencanaan strategis, dimana dalam perencanaan strategis terdapat proses perumusan strategi dan pengambilan keputusan untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi bisnis tidak dapat diformulasikan atau diadaptasikan dengan lingkungan yang terus berubah tanpa adanya proses evaluasi strategi.

Menurut David (2010), Matriks BCG secara grafis menggambarkan perbedaan antara divisi dalam hal posisi pangsa pasar relatif dan tingkat pertumbuhan industri. Matriks BCG memungkinkan sebuah organisasi mengelola bisnisnya dengan cara mengamati posisi pangsa pasar relatif dan tingkat

pertumbuhan industri dari setiap divisi relatif terhadap semua divisi lain di dalam organisasi.

Berdasarkan fenomena yang ada, mayoritas penduduk di daerah Kabupaten Jember bergerak di bidang industri makanan, sehingga menimbulkan persaingan yang sangat kompetitif antar pengusaha satu dengan yang lainnya. Hal ini menuntut para manajemen perusahaan untuk mengelola perusahaannya dengan melakukan dan menciptakan strategi-strategi untuk usahanya agar tetap bisa bersaing dalam persaingan dunia bisnis yang semakin kompetitif serta mempertahankan konsumen atau pelanggan yang ada agar tidak beralih kepada perusahaan lain yang memproduksi produk sejenis. Pengusaha industri makanan di daerah Kabupaten Jember berada dalam lingkup industri kecil yang sulit untuk berkembang dan memperluas pangsa pasar, hal ini disebabkan oleh banyaknya usaha yang sejenis sehingga menimbulkan persaingan yang semakin kompetitif dalam lingkup industri sejenis.

Salah satu industri yang hingga saat ini tetap mampu bertahan dan eksis di dalam ketatnya persaingan pasar adalah UD. Elza Putra. UD. Elza putra merupakan industri dalam lingkup kecil dan menengah yang berada di Kabupaten Jember yang memproduksi berbagai jenis makanan khas Jember, seperti bolu, bagiak, suwar-suwir, opak, lidah kucing dan lain sebagainya. UD. Elza Putra ini beralamatkan di Jl. Kaca Piring Gebang Permai Blok P/5, Kabupaten Jember. Pada saat melakukan survei awal ke lokasi industri menurut pihak UD. Elza Putra kendala yang dialami oleh industri ini yaitu mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan, outlet penjualan produk yang masih belum tertata rapi sehingga mengurangi minat konsumen untuk mengunjungi outlet UD. Elza Putra, sehingga menyebabkan outlet ini stagnan. Selain itu permasalahan yang terjadi adalah adanya beberapa tenaga kerja yang melakukan kecurangan dan tidak jujur dalam bekerja serta sulitnya memperluas pangsa pasar. Faktor-faktor tersebut yang menyebabkan industri tidak bisa memperoleh laba secara optimal. Maka untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, khususnya dalam menjalankan kegiatan usaha untuk memperoleh profit yang optimal, industri tersebut berusaha

meningkatkan dan mengatur strategi dalam kegiatan pemasaran dan proses produksi dalam rangka meningkatkan penjualan produknya serta dapat mengembangkan usahanya secara efektif dan efisien. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian tentang: “*Strategi Pengembangan Usaha pada UD. Elza Putra Kabupaten Jember*”

1.2 Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang telah diuraikan, maka rumusan masalah tersebut yaitu:

1. Apakah yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) bagi UD. Elza Putra di Kabupaten Jember ?
2. Bagaimana posisi unit bisnis UD. Elza Putra Kabupaten Jember?
3. Strategi apakah yang dipilih dan sesuai dalam pengembangan usaha di UD. Elza Putra Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan umum penelitian ini adalah menentukan strategi pengembangan pada UD. Elza Putra. Tujuan khusus analisis adalah identifikasi aspek-aspek manajemen strategi dari pada lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis pengembangannya. Selanjutnya tujuan rinci penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apa yang menjadi (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) bagi pengembangan usaha pada UD. Elza Putra Kabupaten Jember.
2. Untuk mengetahui posisi unit bisnis dari segi pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatif pada UD. Elza Putra Kabupaten Jember.
3. Untuk menentukan strategi pengembangan usaha yang disarankan pada UD. Elza Putra Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan UD. Elza Putra

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang strategi yang harus dilakukan untuk tetap menjaga dan meningkatkan volume penjualan serta dapat terus berkembang dalam persaingan yang semakin kompetitif.

b. Bagi Penulis

Dapat memberikan manfaat untuk memperluas pengetahuan, meningkatkan kemampuan dalam mengidentifikasi masalah, menganalisis dan menemukan solusi yang tepat bagi permasalahan tersebut.

c. Bagi pihak lain/masyarakat

Dapat memberikan pandangan tentang penerapan strategi yang digunakan suatu perusahaan dengan studi ilmiah yang dianalisis dan dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya.