

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Keberhasilan suatu daerah dapat dilihat dari kemampuan dalam meningkatkan peluang kerja. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) diharapkan dapat menjadi peluang untuk kesempatan kerja. UMKM tidak hanya mendapatkan pendapatan, tetapi juga dapat menjadi pengentasan kemiskinan, penyerapan tenaga kerja, pemerataan penghasilan dan meningkatnya kesejahteraan masyarakat. UMKM saat ini berkembang di negara Indonesia. Usaha skala kecil yang perannya begitu penting dalam upaya menunjang perekonomian nasional, tidak hanya itu UMKM juga menciptakan banyak lapangan pekerjaan yang baru. Kota Cirebon merupakan salah satu kota yang dimana UMKM sedang mengalami perkembangan dan sebagian masyarakat di Kota Cirebon adalah sebagai UMKM (Juliandini et al., 2017).

Tabel 1.1  
PDRB Atas Dasar Harga Bejalan  
Di Kota Cirebon pada Tahun 2015-2019  
(Miliar Rupiah)

Tahun	PDRB
2015	16.703,88
2016	18.139,08
2017	19.821,30
2018	21.634,24
2019	23.456,83

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Cirebon (2019)

Perekonomian Kota Cirebon berdasarkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku di tahun 2019 mencapai Rp. 23.456,83 miliar dan atas dasar harga yang konstan mencapai Rp.16.703,88 miliar. Ekonomi Kota Cirebon tahun 2019 terhadap tahun 2018 tumbuh 6,29 persen, meningkat dibanding capaian tahun 2018 yang sebesar 6,21

persen. Ekonomi di Kota Cirebon dari tahun 2015 – 2019 selalu mengalami peningkatan yang berarti, Ekonomi di Kota Cirebon sudah sangat baik. (Statistik & Cirebon, 2019)

Berkaitan dengan membangun sebuah bisnis, pasti pemilik usaha menginginkan usahanya terus berkembang dan mendapatkan keuntungan setinggi - tingginya sehingga usaha yang dijalankan tetap kokoh sampai keturunan – keturunan berikutnya. Di era zaman sekarang semakin berkembangnya teknologi yang semakin pesat, hampir seluruh kegiatan yang dilakukan oleh manusia sekarang digantikan dengan alat – alat berteknologi canggih. Semakin canggih teknologi yang ada semakin pesat juga perkembangannya dalam menciptakan produk – produk yang berinovasi, ketatnya persaingan dalam perdagangan makanan membuat berpikir bagaimana cara membuat suatu strategi agar tetap mampu bersaing dengan begitu banyak pesaing makanan diluar sana. Dalam mengatasi persaingan alat yang dapat dilakukan oleh pengusaha untuk bertahan dalam menjalankan bisnisnya adalah salah satunya yaitu menggunakan strategi. Strategi yang dipakai untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, maupun ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam mengetahui strategi yang dapat dipakai dengan cara membuat alat analisis strategi, yaitu analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*).

Anoraga dalam Juliandini (2017) mengatakan suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan menggunakan strategi sebagai arahan umum yang hendak ditempuh. Menurut Ismail Solihin dalam Juliandini (2017) Tujuan utama pembuatan strategi yaitu memastikan agar perusahaan dapat menghadapi perubahan jangka panjang. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Hamid & Susilo, 2011) menunjukkan bahwa UMKM memiliki beberapa masalah yang dihadapi. Contoh dari masalah yang akan dihadapi oleh UMKM yaitu dalam lingkungan modal dan pendanaan, kurangnya inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi, minimnya peralatan produksi, pemakaian bahan baku yang kurang sesuai, penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja, kurang matangnya rencana pengembangan usaha, kurangnya pemasaran, serta kurangnya kesiapan dalam menghadapi tantangan lingkungan eksternal. Hal mainstream tersebut bisa dikembangkan menggunakan strategi baru, salah satunya dari pengalaman Wirausahawan yang sukses, tentunya bisa dijadikan motivasi para wirausahaan, inspirasi maupun strategi wirausaha, hal ini telah dilakukan oleh Rhenald Kasali dalam Ardiansyah, (2017) mengupas Strategi pelaku usahawan yang berhasil yang diambil secara empiris (pengalaman).

Kue merupakan salah satu alternatif makanan jadi yang cukup disukai masyarakat karena tersedia dalam aneka pilihan rasa (asin dan manis), mudah penyajiannya, dan bisa dinikmati mulai anak-anak sampai orang tua. Oleh karena itu, konsumsi terhadap kue juga mengalami

kenaikan setiap tahunnya. Kondisi tersebut dapat menjadi peluang pasar yang potensial bagi industri kue yang ingin mengembangkan usahanya. Kota Cirebon juga tidak lepas dari perkembangan usaha pembuatan kue, dimana jumlah produsen kue di Kota Cirebon semakin banyak diminati setiap tahunnya. Bertambahnya jumlah produsen kue akan semakin banyak persaingan yang semakin tinggi diantara usaha kue. Cana Cake merupakan salah satu produsen kue di Kota Cirebon. Tingginya sebuah persaingan ini menjadi salah satu faktor bagi Cana Cake untuk melakukan strategi pengembangan usaha. Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah sebagai basis ekonomi kerakyatan merupakan salah satu langkah strategi yang perlu dikembangkan dengan langkah nyata. Usaha Cana Cake di Kota Cirebon telah melakukan usaha yang cukup keras dalam pemasaran. Namun Cana Cake hanya melakukan pemasaran dengan hal yang biasa yaitu dengan cara mulut ke mulut. Sehingga seringkali Cana Cake kalah bersaing dengan penjual yang lainnya. Salah satu penyebab kalah saing karena penjual lain berhasil untuk membuat konsumen tertarik dimana penjual lain merencanakan proses menjual barangnya dengan matang dan menggunakan dasar-dasar pemasaran yang baik. Usaha Cana Cake merupakan usaha rumahan yang menjual berbagai macam kue hasil produksi. Usaha Cana Cake termasuk dalam usaha mikro yang sudah berjalan kurang lebih selama 10 tahun yang setiap bulannya menunjukkan adanya perkembangan. Dalam pengelolaan usaha ini mulai dari produksi sampai dengan pemasaran menggunakan sistem agribisnis. Dikarenakan rasanya yang enak dan harganya yang terjangkau Usaha Cana Cake sudah dikenal oleh banyak orang. Usaha Cana Cake memulai pemasarannya hanya ke pasar – pasar dan hotel – hotel yang ada di Kota Cirebon. Agar lebih dikenal oleh masyarakat luas Cana Cake mulai membagikan produknya ke saudara dan tetangga sekitar. Kue yang dihasilkan oleh Usaha Cana cake tidak dapat bertahan dalam waktu yang lama hal ini dikarenakan Cana Cake tidak menggunakan zat pengawet dalam proses pembuatannya. Usaha Cana Cake berada di tengah Kota Cirebon dimana memungkinkannya menjadi pusat perekonomian di Kota Cirebon. Hal ini dapat didukung dengan adanya rumah sakit, hotel, gedung pertemuan, sekolah, swalayan dan toko-toko kecil lainnya. Sehingga daerah ini juga menjadi lahan yang baik buat berkembangnya industri-industri menengah dan terlebih lagi usaha rumahan berskala mikro. Usaha Cana Cake adalah usaha yang dilakukan oleh Ibu lina Diana dengan keluarganya. karyawan sebanyak 4 orang yang merupakan keluarga sendiri. Usaha Cana Cake mampu memproduksi 2.500 Pie Buah, 2.500 Kue Sus, 2.500 Lemper ayam, 2.500 Pastel per harinya, tergantung dari pesanan dari para konsumen yang memesannya. Usaha Cana cake ini tidak hanya memproduksi 4 macam kue saja tiap harinya, masih ada banyak macam kue seperti risoles mayones, risoles sayur,

bolu, maupun berbagai dessert lainnya. Tetapi untuk setiap harinya Cana Cake ini hanya fokus dengan memproduksi 4 macam kue tersebut. Semakin berkembangnya dunia online, membuat sebagian UMKM mudah dalam melakukan sebuah pemasaran, akan tetapi pemilik Cana Cake ini tidak begitu memahami dunia Online dan tidak mengerti bagaimana cara melakukan bisnis ini dimasukkan di dalam dunia Online.

Di masa sekarang ini dimana Dunia lagi sangat bergoncang terhadap perekonomian Dunia dikarenakan dengan munculnya virus Covid-19 atau yang biasa kita sebut Virus Corona 2019. Virus Covid-19 ini sangat merusak perekonomian Dunia termasuk perekonomian Negara Indonesia. Banyak masyarakat – masyarakat yang harus kehilangan pekerjaannya dan banyak juga usaha mikro kecil dan menengah yang merasakan dampaknya kurang lebih hingga 80%, dikarenakan pemerintah Indonesia menetapkan sebuah peraturan yaitu Social Distancing untuk mencegah penyebaran perluasan Virus Covid-19, yaitu dengan cara isolasi diri selama 14 hari dan terus diperpanjang sampai waktu yang tidak ditentukan, ini sangat berpengaruh karena masyarakat tidak adanya interaksi sebuah bisnis yang menyebabkan pendapatan menurun secara drastis. Dalam situasi seperti ini Cana Cake sangat berdampak terhadap perekonomian usahanya, dikarenakan selama pandemi Covid-19 masuk di Indonesia, Cana Cake mengalami penurunan orderan kue secara drastis, karena kue yang di pesan biasanya untuk berbagai macam acara seperti; acara meeting di hotel, perkawinan, syukuran, maupun pertemuan – pertemuan lainnya.

Analisis SWOT merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan. Nuriani dalam Bakhri et al., (2019) mengatakan analisis SWOT perusahaan akan lebih mengerti apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mereka miliki dan yang sedang dihadapi. Jika perusahaan dapat melakukan analisis dengan tepat, dapat dikatakan adanya keakuratan perumusan strategi dalam mencapai tujuan perusahaan. Dalam menghadapi ancaman perusahaan dapat meminimalisir risiko yang akan terjadi. Selain itu perusahaan juga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Analisis SWOT merupakan alat analisis yang mudah dan sangat membantu dalam penyusunan strategi. Secara umum analisis SWOT digunakan untuk menganalisis kondisi internal dan lingkungan eksternal pribadi atau perusahaan. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana diri kita di dalam lingkungan kerja. Digunakan untuk perbandingan antara perusahaan yang dimiliki dengan perusahaan lainnya serta digunakan untuk melihat kemampuan yang dimiliki untuk bersaing dengan perusahaan lainnya.

Di dalam penelitian ini akan membahas strategi apa yang dapat dikembangkan pengusaha Cana Cake mulai dari pertama kali melakukan usaha tersebut hingga melakukan pengembangan strategi yang di kembangkan hingga terus berkembang yang awalnya hanya usaha kecil – kecilan hingga sudah cukup lumayan orang mengetahui dan mempercayakan Cana Cake sebagai salah satu pilihan untuk dipesan maupun di beli. Walaupun usaha Cana Cake ini mengalami jatuh bangun akan tetapi Cana Cake ini dapat bertahan dalam usahanya. Perlu dilakukannya beberapa upaya dalam mempertahankan kelangsungan usaha. Upaya yang perlu dilakukan dalam melihat kondisi usaha dari sisi kekuatan yang dimiliki maupun kelemahannya, namun perlu diperhatikan adanya peluang maupun ancaman yang ada. Sehingga diperlukan sebuah strategi pengembangan yang lurus untuk dilakukan pada UMKM Cana Cake agar usaha tersebut bisa menaikkan hasil produksinya. Dari hasil observasi peneliti terdapat bahwa terjadi kesulitan dalam mengembangkan usahanya yang dihadapi CANA CAKE sehingga dibutuhkan strategi pengembangan usaha. Maka berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini akan berjudul : “PENGEMBANGAN STRATEGI USAHA KUE PADA “CANA CAKE” KOTA CIREBON.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang diatas, dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini adalah :

“Bagaimana strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha Cana Cake, Kota Cirebon?”

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijelaskan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

“Untuk menyusun strategi pengembangan usaha Cana Cake, Kota Cirebon”

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan maka kegunaan penulisan penelitian ini, yaitu :

- 1) Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai perkembangan usaha Cake dan strategi yang diterapkan produsen kue dalam mengelola usahanya.

2) Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam hal pembuatan suatu perencanaan jangka panjang yang menyeluruh dalam rangka pengembangan usaha.

3) Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah sebuah informasi dan wawasan kepada pembaca mengenai industri Kue dan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

