

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada zaman industri 4.0 sistem perdagangan saat ini peranan *sector* swasta mengalami peningkatan diberbagai negara di dunia, Kemunculan UMKM berperan penting dan signifikan dalam berkembangnya ekonomi dan penciptaan lapangan kerja (Richardson,2012) dalam (Alansori & Listyaningsih, 2020). Berdasarkan data BPS pada tahun 2013 melaporkan pertumbuhan kenaikan di Indonesia mencapai 2,41% dari tahun sebelumnya, dan pertumbuhan jumlah UMKM mengalami kenaikan terus menerus. UMKM merupakan bentuk usaha pada bidang produk dan produk yang memiliki nilai usaha mulai dari Rp 50jt hingga Rp 500jt, tidak termasuk tanah dan bangunan. Meskipun perusahaan-perusahaan dalam UMKM tergolong perusahaan kecil. Peran di Indonesia tidak hanya pada sebatas bidang ekonomi, namun UMKM telah menjadi wadah berkembang pengusaha kecil dan pembelajar usaha untuk memulai dan mengembangkan bisnisnya (Prijadi et al., 2020).

Pada proses pengembangannya UMKM sering menghadapi kendala dalam menjalankan bisnisnya meliputi kurang permodalan baik dalam jumlahnya dan sumber yang didapat. Kendala-kendala tersebut berdampak kepada rendahnya kemampuan usaha menghadapi kompetisi persaingan baik dalam negeri hingga luar negeri. Persaingan di antara UMKM terus meningkat seiring dengan kemajuan teknologi, dengan hadirnya internet menjadikan semakin mudah menciptakan usaha baru yang menjadikan semakin sulit untuk berkompetisi. Bukan hanya persaingan di antara UMKM Indonesia.

Meningkatnya persaingan di antara pelaku bisnis membuat UMKM perlu terus mengembangkan bisnisnya agar tetap dapat bersaing dipasarnya. Kapabilitas dalam melaksanakan strategi yang akurat disituasi yang ada sehingga perusahaan dapat menjual/memasarkan produk atau produk yang dihasilkan dan memperoleh *profit* merupakan suatu keberhasilan bagi perusahaan. Bila suatu organisasi tidak dapat membentuk suatu startegi, Perusahaan. tersebut akan menjadi gagal dalam

bersaing pada perusahaan lain yang mengakibatkan kelangsungan hidup perusahaan pendek (Tarigan et al., 2019). Perusahaan diharuskan tanggap pada perubahan kondisi, apabila perusahaan ingin menjaga keselarasannya dan dapat melampaui segala aspek masalah yang muncul.

Kompetisi yang kuat diantara para pembisnis juga terjadi pada industri kuliner termasuk dirasakan oleh para pelaku UMKM. Pelaku usaha UMKM bergerak pada bidang kuliner di zaman industri 4.0 dihadapkan dengan kompetisi yang ketat, terlebih lagi dengan kemunculan Grab dan Gojek yang membantu para penjual untuk memasarkan produknya secara online dan mudah (Angdika & Soeherman, 2019). Salah satu usaha UMKM yang bergerak pada bidang kuliner adalah usaha Roti Lapis Legit Mahameru yang berlokasi di Jalan Hawa III No.11A Halmahera, Semarang, Jawa Tengah. Objek produksi dalam pembuatan Roti Lapis Legit Mahameru. Pemilik toko roti lapis legit Mahameru adalah Ibu Ruwiyati dan dibantu oleh putrinya bernama Ibu Widyarini.



Gambar 1.1

Roti Lapis Legit Mahameru

Lapis Legit Mahameru menjual atau menyediakan produk roti lapis legit dengan 2 jenis produk yaitu lapis legit basah dan lapis legit kering, di dalam lapis

legit basah ada 2 jenis lagi yaitu lapis legit basah spesial dan lapis legit basah biasa. Usaha lapis legit tersebut sudah berdiri sejak tahun 1989. Lapis legit Mahameru diperjual belikan dengan harga mulai dari Rp.12.000,- untuk produk roti lapis legit kering, harga Rp.15.000,- untuk produk roti lapis legit basah biasa ukuran kecil, harga Rp.45.000,- untuk produk roti lapis legit basah biasa ukuran besar, dan harga Rp.75.000,- untuk produk roti lapis legit spesial ukuran besar.

Pengembangan usaha Toko Roti Lapis Legit Mahameru perlu dilaksanakan untuk memenangkan persaingan diantara para penjual produk yang sama. Lapis Legit Mahameru memiliki beberapa pesaing. Berikut merupakan data penjual produk serupa Lapis Legit di Semarang.

Tabel 1.1 Daftar Pesaing Lapis Legit Mahameru

No	Nama Perusahaan	Alamat
1	Lapis Legit Anggrek	Jl. Majapahit No.150/7, Gayamsari, Kec. Gayamsari, Kota Semarang, Jawa Tengah 50248
2	Lapis Legit Niki Sae	Jalan Senjoyo II Nomor 7 A, Bugangan, Kec. Semarang Tim., Kota Semarang, Jawa Tengah 50126
3	Abilene Special Lapis Legit & Golden Pia	Jalan RA. Kartini, Semarang Timur, Karangturi, Kec. Semarang Tim., Kota Semarang, Jawa Tengah 50124
4	Levina Cake (Premium Lapis Legit Semarang)	Jl. Puri Anjasmoro Blok i 2 no. 18, Tawangsari, Kec. Semarang Bar., Kota Semarang, Jawa Tengah 50144
5	Olymprima lapis Legit & Bakery	Jl. Gemah Raya No.125, Gemah, Kec. Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50246

Sumber : Hasil pengamatan, 2020.

Berdasarkan Tabel 1.1 diketahui bahwa Lapis Legit Mahameru memiliki beberapa pesaing di kota Semarang yang menjual produk spesialis yang sama yaitu lapis legit. Terdapat lima pesaing yang tersebar di area kota Semarang, sehingga

Lapis Legit Mahameru perlu melakukan pengembangan strategi usaha untuk mengalahkan persaingan. Strategi dalam pengembangan merupakan kepekaan secara langsung dengan kesempatan dan resiko. Penilaian internal termasuk aspek operasional, aspek pemasaran, sumber daya dan aspek keuangan. Evaluasi eksternal lingkungan termasuk pendatang baru, pembeli yang kuat, dan persaingan antar anggota industri. Kapasitas dan risiko terkait dengan area dalam perusahaan, Kapasitas dan ancaman yang terkait dengan area perusahaan serta kekuatan dan kelemahan yang mampu mempengaruhi perusahaan. Berikut analisis SWOT Lapis Legit Mahameru dibandingkan kompetitornya:

Tabel 1.2 variabel dan indikator SWOT Lapis Legit Mahameru

SWOT	Analisis Swot Lapis Legit Mahameru
<p>Kekuatan (strength)</p>	<p>Mutu dan kualitas produk yang baik karena Toko Roti Lapis Legit Mahameru memanfaatkan bahan resep yang memiliki mutu yang baik, bukan menggunakan sembarang produk sehingga menciptakan produk lapis legit dengan mutu dan kualitas produk yang baik. Terlebih lagi Lapis Legit Mahameru terus mempertahankan citra rasanya.</p> <p>Harga yang terjangkau dibandingkan kompetitornya, dengan itu produk diterima oleh masyarakat dan dengan lokasi yang strategis yaitu berda di pusat Kota Semarang di Jalan Hawa, beserta parkir yang luas membuat masyarakat mudah untuk mengakses lokasi Toko Roti Lapis Legit Mahameru.</p>
<p>Kelemahan (weakness)</p>	<p>Promosi yang dilakukan oleh Toko Roti Lapis Legit Mahameru masih sangat kurang, mereka hanya mengandalkan promosi melalui konsumen yang membeli dari mulut ke mulut, tidak melakukan promosi dengan baik atau menggunakan <i>social media</i>, dengan promosi yang kurang membuat Toko Roti Lapis Legit Mahameru belum terkenal di mata masyarakat.</p>

	<p>Kemasan yang kurang menarik sehingga ketertarikan pembeli untuk membeli lagi kurang.</p> <p>Sumber daya manusia yang berada di dalam Toko Roti Lapis Legit Mahameru masih terbatas sehingga pelayanan pemesanan produk pada jumlah besar masih belum maksimal.</p>
<p>Peluang (opportunities)</p>	<p>Semakin tingginya pamor aplikasi Grab Food dan Go Food di kalangan konsumen sehingga membuka peluang Toko Roti Lapis Legit Mahameru untuk mencakup pasar lebih luas. Terlebih lagi konsumen akan lebih mudah melakukan pemesanan produk.</p> <p>Konsumen tetap yang selalu membeli Roti Lapis Legit Mahameru</p> <p>Tren bisnis online yang terus meningkat akan menambah konsumen baru</p>
<p>Ancaman (threatness)</p>	<p>Banyaknya para pesaing penjual produk serupa di kota Semarang. Berkurangnya minat masyarakat terhadap kuliner Lapis Legit yang identik dengan jajanan lokal atau jajanan pasar. Masyarakat beralih ke jajanan jenis baru yang lebih populer dan identik dengan jajanan berasal dari negara lain, seperti <i>curros, cheese cake, dll.</i></p> <p>Loyalitas orang kepada perusahaan pesaing</p> <p>Bencana alam</p>

Sumber : Data Primer (2020)

Melihat pentingnya sebuah strategi pengembangan usaha guna meningkatkan keunggulan bersaing UMKM Roti Lapis Legit. Maka digunakanlah Analisis Strategi Bisnis Pengembangan UMKM dengan menerapkan Analisis

SWOT. Analisis SWOT ini memanfaatkan *intern power* guna memilih profit dari kesempatan luar dan sera kekurangan/kelemahan utama, dengan dioptimalkannya dalam meminimalisir dan melahirkan kekurangan/kelemahan menjadi kekuatan/*power*.

Beberapa hal tentang uraian diatas, Analisis Strategi Pengembangan UMKM Roti Lapis Legit Mahameru pada latar belakang ini, maka hendak dilakukan penelitian dengan judul “ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PADA UMKM ROTI LAPIS LEGIT MAHAMERU”

1.2 Rumusan Masalah

1. Strategi apa yang mampu dilakukan untuk mengembangkan UMKM Roti Lapis Legit Semarang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi yang tepat guna dalam mengembangkan UMKM Roti Lapis Legit Semarang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Pihak Pelaku Usaha UMKM
Untuk mengkaji, mengetahui, dan menganalisa tentang Strategi Pengembangan pada UMKM Roti Lapis Legit Semarang dan memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan untuk usaha tersebut.
2. Pihak Akademis
Diharapkan dapat memberikan informasi atau referensi tentang analisis pengembangan produk pada UMKM lapis legit Mahameru dimasa yang akan datang.