

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Strategi bisnis merupakan suatu alat yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk mencapai keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Learned;1965 dalam Sulistiani;2014). Sedangkan analisis SWOT merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh seorang pelaku bisnis dengan cara mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan untuk mengetahui sejauh mana bisnis tersebut bersaing di pasar, serta merupakan salah satu komponen penting yang ada di dalam manajemen strategis dan digunakan untuk menghasilkan profil perusahaan dari internal perusahaan itu sendiri (Robinson dan Pearce;2008 dalam Afrillita;2013). Sehingga, strategi bisnis yang diimplementasikan dengan menggunakan analisis SWOT menjadi suatu alat yang sangat penting untuk diterapkan perusahaan dalam mencapai keunggulan dalam persaingan bisnis (Michael Porter; 1993 dalam Sulistiani; 2014).

Analisis SWOT yang merupakan akronim dari *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat* merupakan identifikasi faktor eksternal dan internal perusahaan yang dianalisa secara sistematis guna merumuskan strategi bisnis (Rangkuti;2008 dalam Mashuri;2019). Sedangkan menurut Pearce dan Robinson (2007) dalam Sulistiani (2014), analisis SWOT dimanfaatkan sebagai teknik dimana pelaku bisnis menerapkan gambaran umum perusahaan secara menyeluruh mengenai situasi strategis perusahaan. Analisis SWOT terbentuk atas asumsi bahwa strategi yang tepat diterapkan oleh perusahaan adalah dengan memperhatikan faktor eksternal dan internalnya. Dalam hal ini, analisis *strength* dan *weakness* merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis faktor internal perusahaan, yakni mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan dalam kaitannya dengan bisnis. Sedangkan *opportunity* dan *threat* merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis faktor eksternal perusahaan, yakni mengenai peluang dan

ancaman yang berasal dari luar perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan bisnis. Oleh sebab itu, dapat dirumuskan bahwa cara kerja analisis SWOT adalah dengan memanfaatkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), serta meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*).

Sebagaimana definisi dari strategi bisnis yang telah dipaparkan, tentu peran strategi bisnis dalam pencapaian keunggulan kompetitif perusahaan menjadi sangat vital. Salah satu perusahaan yang membutuhkan penerapan strategi bisnis dalam aktivitas operasionalnya adalah Shabu Hen Oriental Rice. Shabu Hen Oriental Rice merupakan usaha mikro yang mulai beroperasi pada September 2021, serta bergelut dalam industri kuliner *oriental rice* (nasi oriental) dan berlokasi di Kota Semarang, tepatnya di Kelurahan Sambiroto, Kecamatan Tembalang. Dari sisi spesialisasi menu serta konsep yang ditawarkan, dapat disimpulkan bahwa keputusan yang dipilih Shabu Hen Oriental Rice tersebut merupakan keputusan yang cukup umum. Oleh sebab itu, dibutuhkan keterampilan dalam melakukan perencanaan dan eksekusi strategi bisnis yang tepat oleh pelaku bisnis. Mengingat oleh karena banyaknya kompetitor serupa, bisnis tersebut tentu memiliki beberapa *weakness* dan *threat* yang cukup krusial diantara *strength* dan *opportunity* yang teridentifikasi. Ini menjadi alasan mengapa alat analisis yang tepat untuk digunakan sebagai dasar dalam merancang strategi bisnis Shabu Hen Oriental Rice adalah dengan menggunakan analisis SWOT.

Penelitian ini akan berfokus pada Shabu Hen Oriental Rice. Shabu Hen Oriental Rice merupakan pelebaran bisnis dari Shabu Hen *All You Can Eat* (AUCE). Shabu Hen AUCE sendiri merupakan usaha mikro yang bergelut dalam industri kuliner berkonsep *all you can eat*. Prinsip kuliner berkonsep *all you can eat* adalah bahwa konsumen dipersilahkan untuk mengonsumsi semua hidangan yang disajikan oleh pihak perusahaan secara bebas dan sepuasnya, dengan membayarkan sejumlah nominal yang *flat*. Seiring dengan berjalannya waktu, Shabu Hen AUCE terus menggalakan perkembangan. Melihat adanya potensi yang ditandai dengan perkembangan bisnis yang signifikan, serta atas

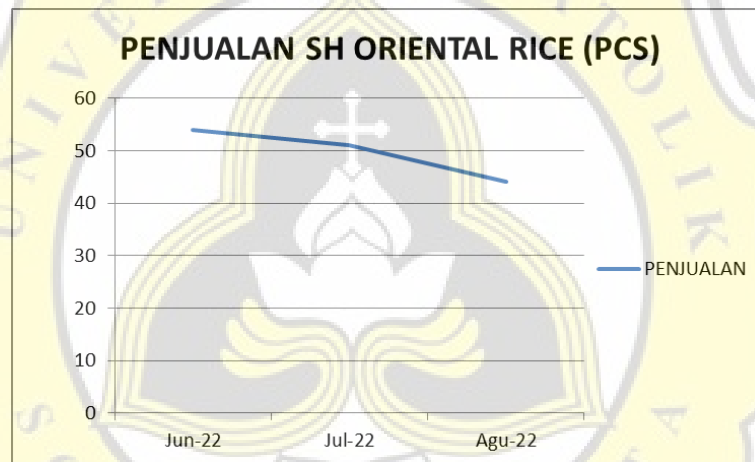
perkembangan ekosistem bisnis dan permintaan pasar, pelaku bisnis mulai mencetuskan suatu gagasan untuk menyediakan produk berkonsep non-*all you can eat* guna menjangkau konsumen yang lebih majemuk. Oleh karenanya, dengan pertimbangan penyajian menu berbahan dasar produk *all you can eat* namun tersaji dalam porsi personal, pelaku bisnis mulai mengeksekusi gagasan untuk membuat produk non-*all you can eat* atau yang disebut dengan menu personal, yakni produk oriental rice.

Shabu Hen Oriental Rice tersaji dalam porsi personal (non-*all you can eat*). Produk ini mengusung konsep *japanesse food* (makanan ala Jepang) dengan citarasa yang disesuaikan dengan selera masyarakat Indonesia. Gagasan mengenai produk oriental rice ini mulanya dicetuskan dengan tujuan menjangkau konsumen yang lebih majemuk. Maksud dari pernyataan tersebut adalah bahwa kuliner berkonsep *all you can eat* memiliki kecenderungan menjangkau konsumen yang memiliki minat dan ketertarikan khusus pada segala sesuatu yang terkait dengan unsur kuliner di dalamnya, sehingga bagi beberapa pihak yang menyikapi aktivitas konsumsi pangan sebagai kebutuhan pokok belaka, dan bukan sebagai sesuatu yang digemari atau disukai, konsep kuliner *all you can eat* bukan merupakan opsi yang ekonomis untuk memenuhi kebutuhan akan pangan. Di sisi lain, Shabu Hen Oriental Rice hendak membawa serta citarasa kuliner *all you can eat* ke dalam produk menu personal, sehingga menghadirkan menu oriental rice menjadi keputusan terbaik. Keputusan tersebut didukung dengan konsep dari oriental rice itu sendiri, yakni dimana oriental rice dikemas secara *simple* dan praktis serta mudah dibawa dan didistribusikan, cara mengonsumsi mudah, dan tidak membutuhkan alat khusus untuk mengonsumsinya. Selain itu, Shabu Hen Oriental Rice menawarkan harga yang bersahabat, serta cukup untuk memberikan sensasi mengenyangkan yang pas atau dengan kata lain tidak berlebihan. Pada intinya, produk oriental rice secara umum didesain dengan menonjolkan nilai praktis, *simple*, ekonomis, dan bergizi, begitupula dengan Shabu Hen Oriental Rice. Nilai-nilai tersebutlah yang menjadi pedoman dan acuan bagi pelaku bisnis Shabu Hen Oriental Rice dalam aktivitas operasional

bisnis, yakni nilai praktis, sederhana/*simple*, dan ekonomis, namun tentu dengan tidak mengesampingkan kualitas dan kandungan gizi dari produk yang ditawarkan.

Sebagai bisnis yang baru berusia beberapa bulan, tentu aktivitas operasional bisnis Shabu Hen Oriental Rice dapat dikatakan belum stabil. Ketidakstabilan tersebut berimbas pula pada angka penjualan dan pendapatan. Berdasarkan pada *record* penjualan Shabu Hen Oriental Rice bulan Juni hingga Agustus 2022 diketahui bahwa terjadi penurunan jumlah penjualan sebagai berikut.

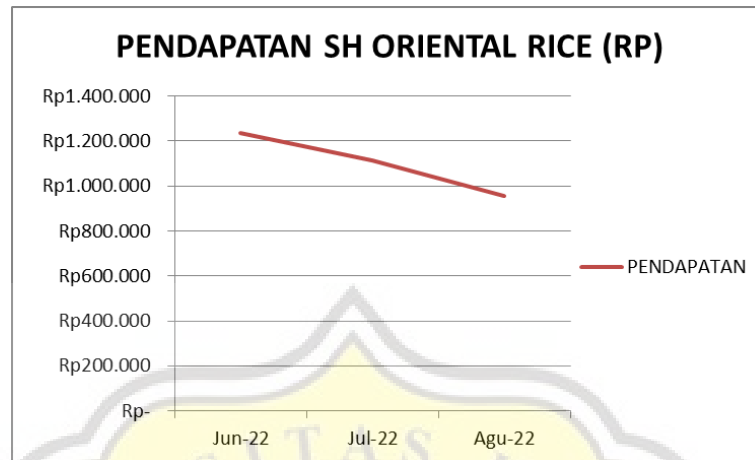
Bagan 1.1. Penurunan Jumlah Penjualan pada Shabu Hen Oriental Rice



Sumber : Data sekunder (2022)

Bagan penjualan tersebut mendeskripsikan besaran jumlah produk yang telah dijual Shabu Hen Oriental Rice selama periode Juni hingga Agustus 2022. Data tersebut menunjukkan bahwa performa penjualan Shabu Hen Oriental Rice mengalami penurunan yang drastis. Penurunan jumlah penjualan yang terjadi pada periode tersebut berimbas pula pada besaran pendapatan, yakni sebagai berikut.

Bagan 1.2. Penurunan Jumlah Pendapatan pada Shabu Hen Oriental Rice



Sumber : Data sekunder (2022)

Bagan pendapatan tersebut mendeskripsikan besaran pendapatan yang diterima Shabu Hen Oriental Rice selama periode Juni hingga Agustus 2022. Data tersebut menunjukkan bahwa besaran pendapatan yang diterima Shabu Hen Oriental Rice atas penjualan produk mengalami penurunan yang drastis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pada data-data tersebut, maka besaran jumlah penjualan mempengaruhi dan berbanding lurus dengan besaran jumlah pendapatan Shabu Hen Oriental Rice. Dimana apabila penjualan meningkat, maka pendapatan akan meningkat. Begitupula sebaliknya, dimana apabila penjualan menurun maka pendapatan akan menurun.

Oleh karena *record* penjualan yang ‘terjun bebas’ tersebut, Shabu Hen Oriental Rice menyadari bahwa terdapat beberapa unsur dalam bisnis yang memerlukan pembenahan lebih lanjut. Sehingga untuk mengupayakan pembenahan, maka Shabu Hen Oriental Rice membutuhkan suatu strategi bisnis, dan kemudian mengimplementasikannya sebagai suatu upaya konkret untuk mendongkrak kembali angka penjualan. Kemudian, selain sebagai alat guna menyikapi permasalahan dalam bisnis, strategi bisnis memiliki manfaat untuk memperoleh keunggulan kompetitif perusahaan, baik bagi internal perusahaan, bagi konsumen, maupun bagi *supplier* dan *investor* (David;2006 dalam Miharja;2018). Tidak hanya bermanfaat memperoleh keunggulan kompetitif, merancang strategi bisnis juga bermanfaat memberikan pandangan

mengenai *planning* perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga seluruh konsep pengambilan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan dapat terencana secara matang dan tereksekusi secara tepat sasaran. Output dari strategi bisnis yang didukung oleh peran analisis SWOT inilah yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan angka penjualan perusahaan, yang mana kemudian akan berpengaruh pula pada pendapatan, serta eksistensi bisnis di tengah persaingan ekosistem pasar. Untuk itulah akan dilakukan penelitian dengan judul “Strategi Bisnis Shabu Hen Oriental Rice Semarang dengan menggunakan Analisis SWOT” guna memecahkan permasalahan bisnis yang teridentifikasi pada Shabu Hen Oriental Rice Semarang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana analisis SWOT Shabu Hen Oriental Rice?
2. Strategi bisnis apa yang dapat diterapkan Shabu Hen Oriental Rice untuk meningkatkan jumlah penjualan?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

▪ Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis strategi bisnis Shabu Hen Oriental Rice dengan menggunakan analisis SWOT, dan untuk mengetahui strategi yang dapat diterapkan Shabu Hen Oriental Rice untuk meningkatkan jumlah penjualan.

▪ Manfaat Penelitian

Berikut merupakan manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari sisi peneliti dan pembaca, serta manfaat secara praktis dan teoritis.

a) Manfaat bagi perusahaan (Shabu Hen Oriental Rice)

Melalui penelitian ini, diharapkan mampu menambah pengalaman dan *insight* baru dalam proses penelitian bagi penulis dalam penulisan skripsi mengenai strategi bisnis kuliner oriental rice dengan menggunakan analisis SWOT. Serta intisari skripsi mengenai strategi bisnis menggunakan analisis SWOT ini dapat dimanfaatkan sebagai *problem solving* untuk problematika bisnis bagi penulis sebagai pelaku usaha Shabu Hen Oriental Rice.

b) Manfaat bagi pembaca

Melalui penelitian ini, diharapkan mampu memberikan informasi dan pengetahuan bagi pembaca mengenai strategi bisnis kuliner oriental rice dengan menggunakan analisis SWOT.

c) Manfaat praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan edukasi dan inspirasi bagi para pelaku bisnis, terkhusus pelaku bisnis kuliner oriental rice, dalam merancang strategi bisnis dengan menggunakan analisis SWOT.

d) Manfaat teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai teori aspek kewirausahaan dalam implementasi bisnis, yang dalam konteks ini adalah bisnis kuliner oriental rice.