

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia sangat berkembang pesat, mulai dari bisnis kecil hingga bisnis yang dikategorikan besar. Masyarakat Indonesia sendiri juga menggemari usaha-usaha kecil, menengah, hingga usaha yang besar. Persaingan bisnis di Indonesia semakin lama semakin ketat, maka dari itu dalam dunia bisnis, suatu perusahaan pasti akan terlibat dalam kompetisi langsung antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Perusahaan-perusahaan itu bertarung demi keunggulan yang kompetitif, berebut pangsa pasar, dan berjuang menciptakan perbedaan. Tidak jarang persaingan yang terjadi diantara perusahaan membawa konsekuensi untuk perusahaan yang tidak kuat bersaing (Chadhiq, 2009). Oleh karena itu, setiap perusahaan memikirkan strategi terbaik agar perusahaan tersebut dapat bersaing secara sehat. Untuk itu setiap perusahaan perlu merumuskan strategi mereka masing-masing. Strategi merupakan upaya yang sistematis melalui pengintegrasian dari tujuan, sasaran, kebijakan, program, dan kegiatan untuk mencapai misi yang telah ditetapkan (Usman & Raharjo, 2013). Agar perusahaan itu sendiri dapat bertahan dan meningkatkan kemampuan bersaingnya maka diperlukan strategi yang dapat disesuaikan untuk mengikuti perubahan dalam dunia bisnis (Walker, 2009). Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus memulai dengan menciptakan *value chain* atau rantai nilai, agar menarik konsumen dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Hal ini diperlukan untuk mengetahui strategi bisnis seperti apa yang harus diterapkan pada perusahaan. Terdapat tiga pendekatan strategis yang secara potensial akan berhasil untuk mengungguli perusahaan lain dalam suatu industry, yaitu kepemimpinan biaya (*cost leadership*), diferensiasi (*differentiation*), dan fokus (Kho et al., 2014).

Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*targeting and long-term goals*) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk

mencapai sasaran dan tujuan (*achieve the goals and objectives*) (Craig & Grant, 1996). Strategi bisnis yang biasa dikembangkan dalam tiga langkah, yaitu : menganalisis, mengintegrasikan, dan mengimplementasikan. Analisis yang artinya menganalisis kekuatan internal ataupun peluang eksternal yang nantinya akan digunakan untuk menciptakan strategi-strategi bisnis yang pantas untuk perusahaan tersebut. Jika strategi bisnis telah didapat, langkah selanjutnya adalah mengintegrasikan strategi tersebut yang artinya memperkenalkan strategi kepada seluruh anggota pada perusahaan tersebut, untuk mengetahui strategi apa yang akan diterapkan untuk melawan para pesaing. Langkah terakhir yaitu mengimplementasikan yang artinya menerapkan strategi-strategi yang telah direncanakan untuk menghadapi pesaing-pesaing bisnis.

Kota Cirebon merupakan salah satu kota yang berada di provinsi Jawa Barat. Di mana Kota Cirebon termasuk salah satu kota dengan perkembangan bisnis yang sangat tinggi, bisnis yang sangat diminati oleh masyarakat di Kota Cirebon ialah wisata kuliner. Wisata kuliner di Kota Cirebon banyak dikunjungi oleh wisatawan dari kota hingga provinsi lainnya. Sehingga peluang untuk membuka sebuah usaha/bisnis kuliner sangatlah besar. Dengan adanya peluang yang sangat besar, maka akan semakin banyak pula yang ingin membuka usaha kuliner, sehingga persaingan dalam dunia kuliner akan semakin kompetitif. Salah satu kuliner yang diminati adalah *Cake & Bakery*. Kota Cirebon memiliki sekitar 29 *Cake & Bakery*, salah satunya adalah *Namira's Cake and Bakery*.

Namira's Cake and Bakery adalah sebuah usaha kecil menengah yang bergerak dalam bidang kuliner yang berlokasi di Kota Cirebon. *Namira's Cake and Bakery* berdiri pada tahun 2017 yang terus berkembang sebagai salah satu UKM yang memproduksi roti di daerah Cirebon. *Namira's Cake and Bakery* ini tidak hanya menjual berbagai macam roti dan kue tetapi juga menjual berbagai macam jajanan pasar tradisional dan oleh-oleh khas Kota Cirebon. Hingga saat ini, karyawan yang diperkerjakan pada *Namira's Cake and Bakery* adalah sebanyak 12 orang yang terbagi pada bagian administrasi, produksi, dan distribusi. Usaha pada *Namira's Cake and Bakery* ini termasuk usaha yang masih dalam tahap awal untuk berkembang. Sehingga *Namira's Cake and Bakery* harus bersaing dan memenangkan persaingan dikarenakan dengan adanya persaingan yang semakin kompetitif pada bidang kuliner khususnya pada usaha Roti, tentunya *Namira's Cake and Bakery* memerlukan *innovation* untuk menghadapi persaingan yang ada. *Namira's Cake and Bakery* memiliki potensi untuk bersaing dan diharapkan konsep dan rekomendasi yang diberikan dapat diterima dan diimplementasikan. Sedangkan, dalam dunia bisnis banyak pesaing yang

melakukan berbagai strategi untuk menghasilkan profit yang optimal. Dengan berkembangnya usaha Namira's *Cake and Bakery*, yang pastinya dipengaruhi oleh strategi bisnis yang diterapkan untuk mencapai tujuan usaha mereka. Strategi dalam perusahaan sangatlah penting untuk bertahan ditengah serangan persaingan yang semakin ketat dengan bermunculan bisnis-bisnis UKM yang baru dan siap untuk bersaing, maka dari itu setiap perusahaan harus merumuskan strategi yang akan diterapkan di perusahaan.

Salah satu metode yang dapat digunakan agar Namira's *Cake and Bakery* dapat menerapkan strategi yang tepat yaitu dengan metode *Blue Ocean Strategy*, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi bisnis apa yang akan diterapkan untuk menghadapi para pesaing yang ada pada usaha Namira's *Cake and Bakery*. Dengan menggunakan metode *Blue Ocean Strategy*, maka dilakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui dan menjelaskan lingkungan eksternal dan internal melalui analisis SWOT, penerapan *Blue Ocean Strategy*, dan bagaimana penerapan *Blue Ocean Strategy* dalam meningkatkan keunggulan bersaing dari para pesaing Namira's *Cake and Bakery*, sehingga dapat digunakan untuk kelancaran bisnis di masa yang akan datang.

Blue Ocean Strategy adalah sebuah strategi yang menyarankan suatu perusahaan harus menawarkan sebuah konsep baru dan menciptakan ruang pasar baru agar tidak bersaing secara langsung dengan perusahaan yang lainnya (Bourletidis, 2014) *Blue Ocean Strategy* tercipta ketika sebuah perusahaan memiliki sebuah keunggulan tersendiri untuk menguasai pasar karena para pesaing belum memasuki daerah yang perusahaan kuasai saat ini.

Perumusan *Blue Ocean Strategy* akan menciptakan sebuah inovasi nilai yang akan mempengaruhi biaya dan tawaran nilai bagi pembeli secara positif. Inovasi nilai tersebut mengarahkan perusahaan pada lompatan nilai bagi pembeli dan bagi perusahaan sendiri. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan harus memperluas batasan industrinya ke industri alternatif dan batasan pasarnya hingga nonkonsumen (Kim & Mauborgne, 2006).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang disampaikan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana rancangan strategi yang tepat diterapkan di UMKM Namira's *cake and bakery* berdasarkan metode *Blue Ocean Strategy*?

2. Apakah strategi baru yang diberikan dapat mempengaruhi peningkatan penjualan *Namira's cake and bakery*?

1.3 Batasan Masalah

Pada penelitian kali ini terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan batasan dalam melakukan penelitian yaitu :

1. Penelitian dapat dilakukann di *Namira's Cake and Bakery*.
2. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah *Blue Ocean Strategy*.
3. Data yang diambil adalah data eksternal dan internal *Namira's Cake and Bakery*.
4. Perbandingan strategi lama dan strategi baru untuk *Namira's cake and bakery*

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dilakukan sehubungan dengan rumusan masalah yang ada diatas yaitu:

1. Mengetahui strategi yang akan diterapkan untuk meningkatkan penjualan *Namira's Cake and Bakery* berdasarkan metode *Blue Ocean Strategy*.
2. Mengetahui apakah strategi baru yang diberikan dapat mempengaruhi peningkatan penjualan *Namira's cake and bakery*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan yang bersangkutan, sebagai bahan masukan informasi bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing guna mempertahankan posisi perusahaan pada tempat yang kompetitif dalam usaha makanan roti dan kue.
2. Bagi penulis, dapat mengaplikasikan ilmu dan keterampilan yang telah diperoleh pada masa kuliah sehingga dapat menambah wawasan dan pengalaman.

3. Bagi pihak lain, sebagai bahan referensi atau informasi untuk penelitian selanjutnya mengenai studi strategi bisnis.

1.6 Sistematikan Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab pembukaan, terdiri dari beberapa sub bab yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini terdapat kajian induktif dan kajian deduktif, dimana berisi tentang referensi atau teori-teori yang relevan tentang penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Membahas objek penelitian bagaimana dan apa yang diperlukan untuk penelitian, sumber data, serta diagram alur penelitian yang digunakan untuk proses penyelesaian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisi data hasil penelitian, baik data kualitatif maupun data kuantitatif. Kemudian data itu diolah dengan menggunakan metode yang digunakan dalam penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Membahas mengenai hasil yang diperoleh dalam pengolahan data. Hasil dari pengolahan data dapat dianalisis sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang intisari dari penelitian. Hasil dari analisis dan kemudian disimpulkan untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian ini serta terdapat saran untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian yang berisi draft referensi yang penulis gunakan sebagai acuan dalam penelitian.

LAMPIRAN

Bagian yang berisi data-data lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

