

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Payme Foods

Payme Foods merupakan sebuah bisnis usaha mikro yang bergerak pada bidang kuliner, Payme Foods berdiri pada bulan Mei 2020 yang didirikan oleh Aulia Lathifah. Payme Food berlokasi di Jl. Pangkur II No. 16 Kel. Turangga, Kec. Lengkong Kota Bandung. Dengan harapan ingin membuat customer baru maupun lama mengingat dimsum Payme Foods sebagai pilihan ketika ingin membeli/makan dimsum. Serta memiliki motto "Diingat karena rasanya".



Gambar 1.1 Logo Payme Foods

Sumber: data internal perusahaan (2023)

Payme Foods bersedia melayani seluruh area yang dapat dijangkau dan mempunyai beberapa varian dimsum, sebagai berikut:

1. Varian kukus:

Hakau, Sio Ayam, Sio Udang, Sio Nori, Sio Crabstick, Lumpia Kulit Tahu Ayam (bisa digoreng), Lumpia Kulit Tahu Udang (bisa digoreng), Hisitkao.

2. Varian goreng:

Kumis Naga, Wonton, Ekado, Kuotie.

3. Party Size

Menyediakan paket dengan isian campur sebanyak 24 sampai 30 pcs.

4. Frozen

Menyediakan semua varian dimsum dalam kondisi beku (*Frozen Food*) yang bisa bertahan sampai 3 bulan.

### 1.1.2 Visi dan Misi

Visi:

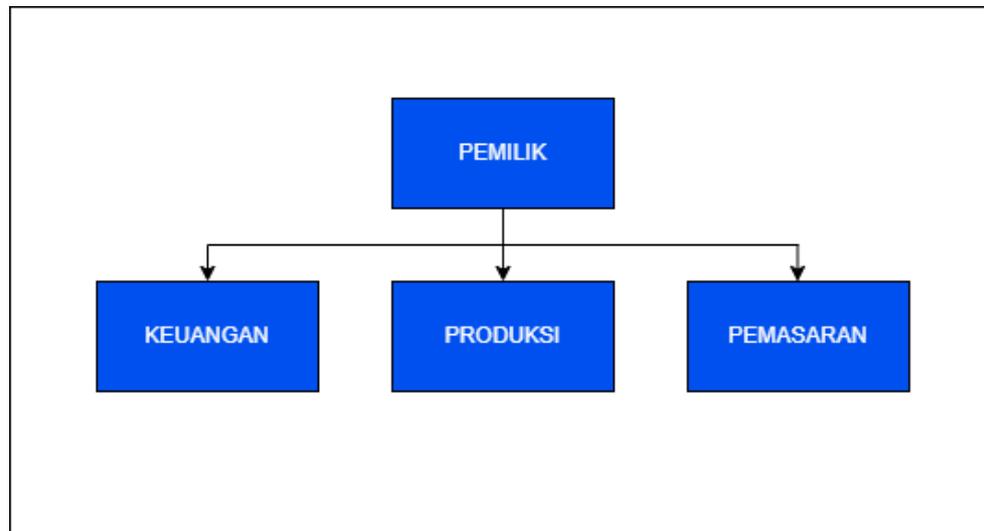
Menjadikan Dimsum Payme Foods sebagai cemilan yang berkualitas tinggi, enak, dan dapat dinikmati seluruh kalangan konsumen

Misi:

1. Menjaga kualitas dimsum dengan menggunakan bahan baku pilihan terbaik
2. Menawarkan menu dengan harga terbaik
3. Menghadirkan pelayanan terbaik yang membuat konsumen merasa puas
4. Senantiasa menjaga kebersihan produk hingga sampai ke tangan konsumen
5. Konsisten dalam rasa

### 1.1.3 Struktur Organisasi

Payme Foods memiliki struktur organisasi yang terdiri dari:



Gambar 1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang dimiliki oleh Payme Foods terdiri dari pemilik, bagian keuangan, bagian produksi, bagian pemasaran.

## 1.2. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan suatu unit usaha yang memiliki peranan penting dalam pengembangan ekonomi nasional. UMKM

harus secara konsisten untuk dikembangkan sehingga mampu berperan aktif dalam memajukan perekonomian nasional dan mampu bersaing dengan pelaku perekonomian lainnya (Putri, 2016) Pada krisis ekonomi tahun 1997-1998, UMKM di Indonesia tidak mengalami penurunan jumlah akan tetapi mengalami peningkatan hingga tahun 2012 sehingga menyerap tenaga kerja sebesar 85 – 107 juta orang (Bahtiar dkk., 2020). Jumlah unit usaha di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 2,41% pada tahun 2011 hingga 2012 sedangkan usaha besar hanya sebesar 0,32% (Purwanto dkk., 2015). Pada tahun 2023 bisnis UMKM menyumbang terhadap PDB nasional sebesar 60,5% (Tambunan, 2023).

Jenis UMKM yang memiliki perkembangan pesat yaitu UMKM pada bidang makanan dan minuman. UMKM dibidang makanan dan minuman merupakan salah satu usaha dengan tingkat ketahanan yang tinggi sehingga memiliki peluang yang menjanjikan, pada tahun 2020 jenis usaha *food service* mendominasi tiga kali lebih banyak dari *food manufacture* (Hilmiyah dkk., 2022).

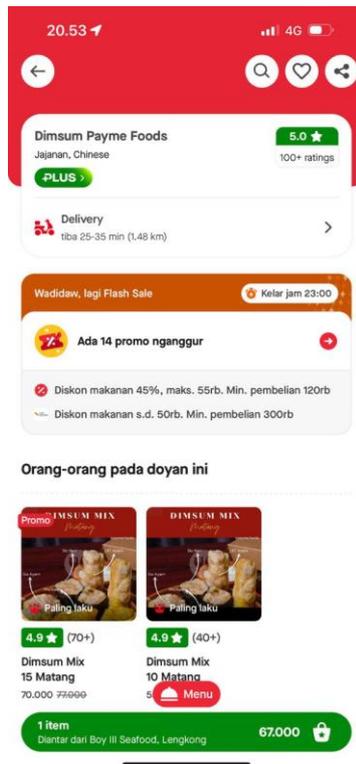
Suatu usaha tidak lepas dari berbagai macam faktor yang dapat menghambat perkembangan usaha tersebut. Tantangan yang dihadapi UMKM dapat menghambat UMKM atau bahkan menghentikan UMKM (Sanggarama & Rachmat, 2017). Perkembangan UMKM dihambat oleh berbagai faktor seperti strategi pemasaran kurang memadai, penjualan produk tidak mencapai target, bahan baku dengan kualitas dibawah standar, SDM yang terlatih masih kurang, fasilitas produksi masih konvensional, teknologi produksi belum memadai, minimnya sumber modal, inovasi produk belum berkembang dengan baik, dan lain lain (Putri & Abdulrahim, 2017).

Dengan berkembangnya teknologi yang pesat dan persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk semakin efektif dan efisien dalam menjalankan kegiatan usahanya untuk mempertahankan posisinya. Perusahaan perlu mengangkat taktik pemasaran yang tepat dan menggunakannya untuk mencapai tujuan, termasuk pemasaran melalui media sosial. Penetrasi dan kualitas internet di Indonesia berkembang pesat dan hampir menjangkau separuh jumlah penduduk, bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia cukup signifikan (Winarno, 2022). Konten buatan pengguna di media sosial dapat digunakan oleh perusahaan

sebagai sumber untuk memperoleh informasi tentang pasar saat ini (Indrawati, Putri, N. W. N. S. T., 2021). Media sosial dapat bertindak sebagai perantara antara perusahaan dan pemangku kepentingan. Media sosial juga berperan dalam demokratisasi proses komunikasi antara perusahaan dan audiensnya. (Siska Noviaristanti, 2023)

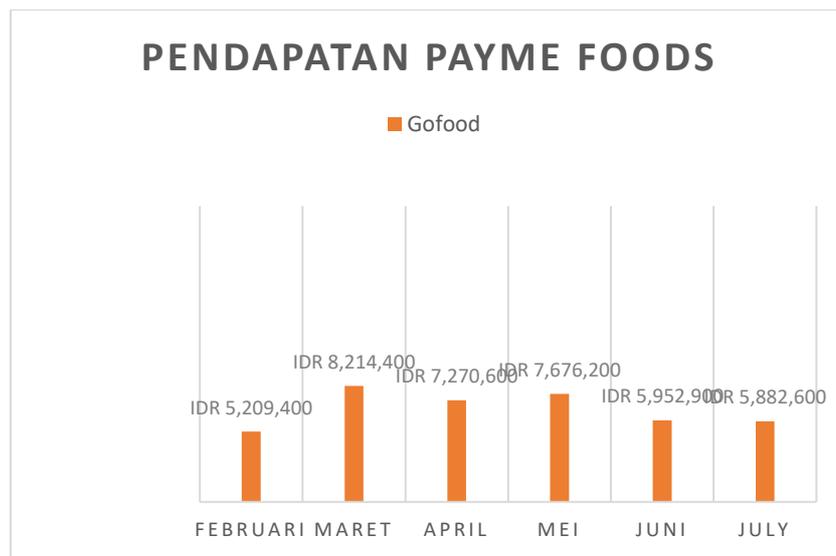
Lamanya usaha berdiri menggambarkan daya tahan usaha menghadapi berbagai tantangan dan perubahan. Selain itu, semakin lama usaha berdiri harusnya sesuai dengan skala usahanya. (Sunu Puguh Hayu Triono, 2019) Pelaku harus bisa beradaptasi dan diharapkan juga mampu mengikuti perkembangan teknologi yang ada, hal ini bisa menjadikan suatu hal yang sangat positif apabila pelaku usaha bisa terus belajar dan berhasil beradaptasi untuk mengikuti perkembangan zaman (Salman R, 2023).

Payme Foods merupakan UMKM asal Bandung yang bergerak di bidang kuliner dengan menjual produk cepat saji berupa dimsum. Payme Foods telah berdiri sejak Mei tahun 2020, walaupun sudah berdiri selama 4 tahun Payme Foods tentunya masih memiliki banyak tantangan yang cukup besar bagi pemiliknya seperti keterbatasan SDM, pemasaran yang masih pasif, banyaknya UMKM yang menjual dimsum serta pembukuan dana yang masih manual sehingga tidak mudah bersaing dengan kompetitor. Salah satu faktor yang membuat masih tetap bertahan adalah karena kebutuhan dan keinginan manusia selalu berlimpah dan berubah-ubah (Saeputra, M. Y., & Hidayatullah, D. S., 2016).



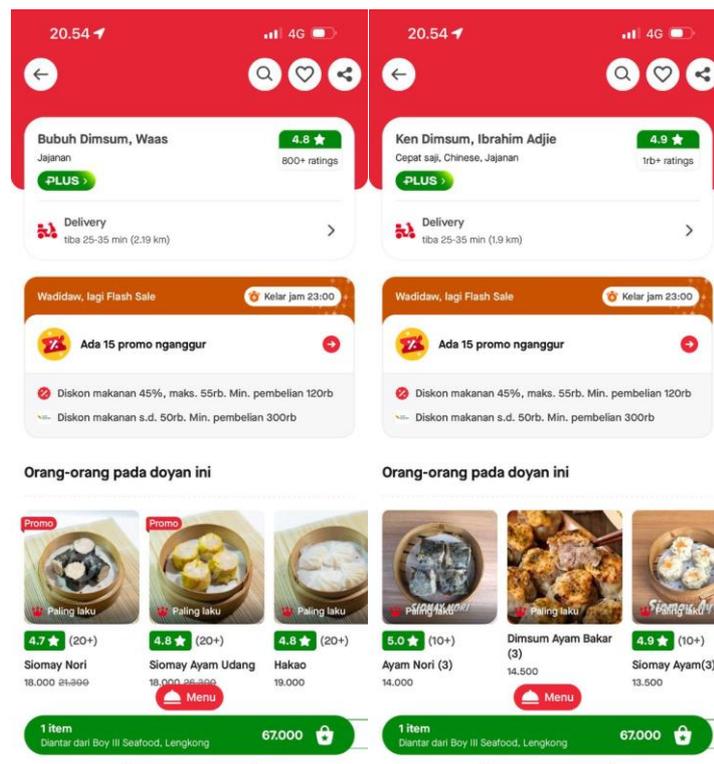
Gambar 1.3 Profil Payme Foods di GoFood

Jumlah pendapatan Payme Foods pada 6 bulan terakhir (Februari-Juli 2024) mengalami naik turun seperti pada gambar berikut:



Gambar 1.4 Pendapatan Payme Foods

Dari gambar di atas bisa dilihat pendapatan Payme Food selama 6 bulan kebelakang, dimana pada bulan februari mendapatkan penghasilan Rp5.209.400, bulan maret sebesar Rp8.214.400, April sebesar Rp7.270.600, bulan Mei mendapatkan Rp7.767.200, bulan Juni mendaptkan Rp5.952.900, dan pada bulan terakhir bulan juli mendapatkan penghasilan sebesar Rp5.882.600. Namun penghasilan ini baru didapatkan dari Gofood saja.



Gambar 1.5 Pesaing Dimsum di GoFood

Dari gambar diatas bisa dilihat ada dua pesaing di platform online GoFood, menjual produk varian dimsum yang serupa dengan harga yang lebih terjangkau. Perkembangan usaha dimsum juga meningkat dengan bermacam variasi dan inovasi baru yang diciptakan, dan berlomba lomba untuk menarik konsumen agar produk yang ditawarkan diterima oleh masyarakat.

Payme Food ingin melakukan pengembangan bisnis pada tahun 2024. Untuk melakukan pengembangan bisnis diperlukan strategi pengembangan bisnis agar sesuai masalah internal dan eksternal Payme Foods. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. Setiap perusahaan berupaya untuk memiliki

keunggulan kompetitif untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya agar dapat bertahan dan menjadi pemimpin di bidang industri. Salah satu faktor utama keberhasilan perusahaan adalah penerapan strategi yang tepat (Grisna Anggadwita, 2019).

Analisa SWOT merupakan teknik identifikasi berbagai faktor dan unsur penentu pembangunan suatu institusi secara sistematis. Analisis SWOT didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan serta peluang dan meminimalkan kelemahan serta ancaman (Bismala dkk., 2014). Teknik analisa SWOT bertujuan untuk melakukan evaluasi kondisi lingkup kegiatan bersangkutan yang selanjutnya dapat pula digunakan untuk merumuskan strategi pembangunan institusi yang lebih tepat sesuai dengan kondisi dan potensi institusi bersangkutan (Sasoko & Mahrudi, 2023). Saat menyusun strategi menggunakan SWOT akan terdapat faktor yang mempengaruhinya. Kombinasi faktor faktor eksternal dan internal dalam SWOT yaitu kekuatan – peluang (S-O), strategi kelemahan – peluang (W-O), strategi kelemahan – ancaman (W-T), dan strategi kekuatan – ancaman (S-T) (Rangkuti, 2013).

Setelah menganalisis fenomena yang terjadi, dan berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan. Untuk memberikan strategi alternatif pengembangan bisnis yang relevan pada masa kini diperlukan analisis menggunakan metode matriks SWOT. Oleh karena itu, peneliti menentukan judul penelitian “**Analisis SWOT Dalam Usaha Pengembangan UMKM Payme Foods**”

### **1.3. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, melihat UMKM di Indonesia semakin berkembang dengan pesat, terutama pada bisnis kuliner yang saat ini mulai ramai. Tentunya menjadi sebuah peluang dan juga ancaman dengan kompetitor terdahulu dan kompetitor baru. Sehingga hal yang dapat dilakukan oleh Payme Foods adalah menentukan strategi alternatif pengembangan bisnis. Agar tetap dapat bersaing dengan kompetitor, menjaga dan mempertahankan kualitas layanan yang baik. Maka dengan menggunakan alat bantu matriks SWOT dalam menganalisis peluang dan ancaman dari lingkungan internal maupun eksternal, dan juga mengidentifikasi

kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Payme Foods agar dapat konsisten dalam penjualan dan pendapatan dari semua layanannya dan juga dapat mengembangkan bisnisnya.

#### **1.4. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dijabarkan, pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Bagaimana rekomendasi strategi bisnis yang tepat bagi Payme Foods dalam menghadapi lingkungan saat ini?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Untuk mengetahui rekomendasi strategi bisnis yang dibutuhkan Payme Foods untuk menghadapi lingkungan saat ini

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Adapun yang manfaat dari penelitian ini dibagi atas dua bagian sebagai berikut:

##### **1. Aspek Teoritis**

Aspek teoritis dari penelitian ini adalah untuk menerapkan teori-teori yang telah didapatkan selama mengikuti perkuliahan, memberikan informasi mengenai keahlian tentang pengelolaan strategi bisnis. Selain itu dapat dijadikan sumber referensi untuk peneliti lainnya.

##### **2. Aspek Praktis**

Aspek praktis dari penelitian ini dapat digunakan untuk Payme Foods untuk mengembangkan bisnis sehingga dapat bersaing dengan kompetitor dan meningkatkan pendapatan yang optimal.

## **1.7. Sistematika Tugas Akhir**

Adapun sistematika penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab pertama menunjukkan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat mengenai fenomena dan isi penelitian

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab kedua menggambarkan dengan jelas, ringkas, dan padat, tentang teori-teori yang berhubungan dengan topik dan variable penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ketiga memberikan penjelasan terkait pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

### **d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat menguraikan hasil dari penelitian yang dilakukan penulis terhadap objek beserta pembahasan yang terdiri dari analisis responden terhadap variable, analisis statistik, dan analisis pengaruh variable.

### **e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab kelima merupakan bagian dari penelitian yang berisi kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian dan saran yang diberikan penulis yang diharapkan akan bermanfaat baik bagi objek penelitian dan pihak-pihak lain yang berkepentingan