

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Industri

Sektor UMKM yang diteliti dalam penelitian ini adalah kuliner. Kuliner merupakan salah satu kebutuhan utama manusia. UMKM di sektor kuliner kemungkinan besar menawarkan banyak peluang yang menjanjikan. Berbicara mengenai UMKM kuliner, sepertinya tidak akan ada habisnya. Hal ini dikarenakan masyarakat tidak pernah lepas dari makanan dan minuman, sehingga bisa dikatakan bisnis ini menjanjikan dan selalu diperlukan.

Industri kuliner Indonesia terus berkembang. Pemenuhan kebutuhan pokok sebagai bisnis kuliner merupakan bisnis yang menjanjikan. Perkembangan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti struktur penduduk, pertumbuhan ekonomi dan gaya hidup masyarakat. Hal ini terlihat dengan menjamurnya bisnis kuliner dengan konsep berbeda-beda, seperti Cafe.

Cafe merupakan suatu tempat yang menawarkan berbagai macam makanan dan minuman, menawarkan kepada konsumen suatu tempat dengan suasana santai dan nyaman. Cafe biasanya dilengkapi dengan musik, interior menarik, pelayanan ramah, dan koneksi internet. Café memiliki kaitan yang dekat dengan industri kuliner dikarenakan industri kuliner merupakan sebuah usaha makanan dan minuman yang menjadi sebuah kebutuhan dasar untuk setiap manusia dan kebutuhan tersebut wajib dipenuhi.

Saat ini, Cafe juga menawarkan beragam makanan ringan dan makanan berat. Tak hanya itu, beberapa juga menawarkan fasilitas khusus kepada konsumennya. Ruangan yang ditawarkan berbeda-beda sesuai dengan konsep Cafe itu sendiri. Misalnya seperti layanan seperti jaringan Wi-Fi dan konsep tata ruang yang Instagrammable bagi konsumen. Hanya sedikit konsumen yang pergi ke Cafe untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup dan bahkan banyak yang datang untuk menggunakan Wi-Fi dan bekerja.

1.1.2 Profil Perusahaan



Gambar 1.1 Logo Objek Penelitian

Sumber : Data Internal My Yellow Cafe

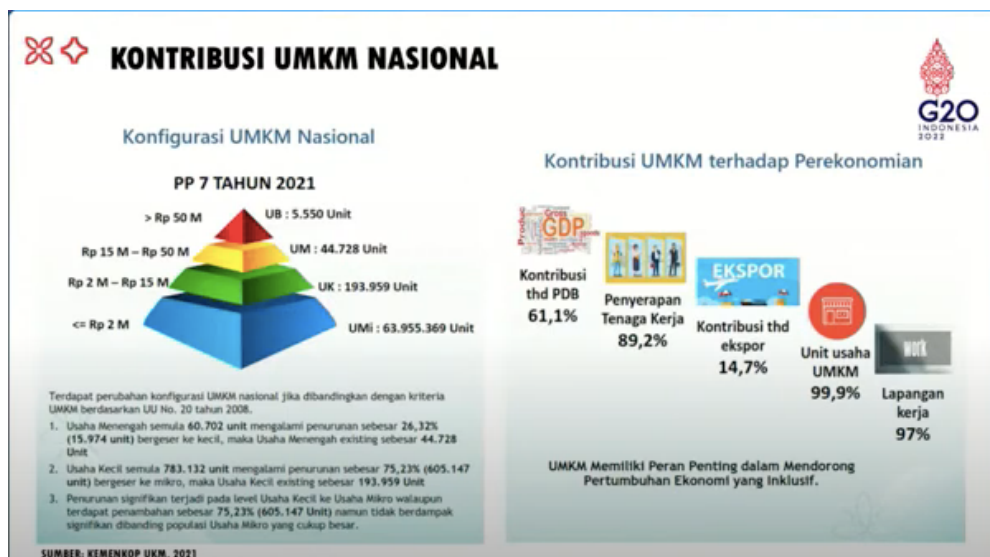
My Yellow Cafe merupakan salah satu Cafe di Kota Depok yang didirikan oleh Adrian Ova Triandi pada awal tahun 2020. My Yellow Cafe berlokasi di Ruko Villa Rizky Ilhami 2, Jl. Raihan, RB/8, Sawangan, Depok. Jam buka My Yellow Cafe mulai pukul 13.00 sampai dengan 22.00 WIB. Saat ini ada 2 orang yang bekerja di My Yellow Cafe. Sajian menu berupa minuman kopi olahan (*expresso-based, manual brew iced, & hot*), makanan ringan dan makanan pembuka (*rice based & snacks*), serta minuman olahan non-kopi (*soda & milkshake based iced & hot*).

Visi My Yellow Cafe adalah menjadi Cafe dengan nuansa nyaman seperti di rumah. Dengan menyajikan hidangan kopi, serta makanan dan minuman lainnya ala rumahan dengan harga terjangkau. Dilengkapi ruangan bebas rokok dalam ruangan, area merokok luar ruangan, serta area lantai 2 yang dapat disewa, toilet dan mushola.

My Yellow Cafe menawarkan solusi bagi konsumen yang membutuhkan tempat yang nyaman untuk berkumpul, ngobrol, bertemu dan kebutuhan lainnya. Misi My Yellow Cafe adalah menyediakan produk dengan harga terjangkau dan berkualitas dengan memberikan pelayanan yang baik, ramah, jujur dan informatif serta menerapkan sistem manajemen yang baik, berdedikasi dan profesional.

1.2 Latar Belakang

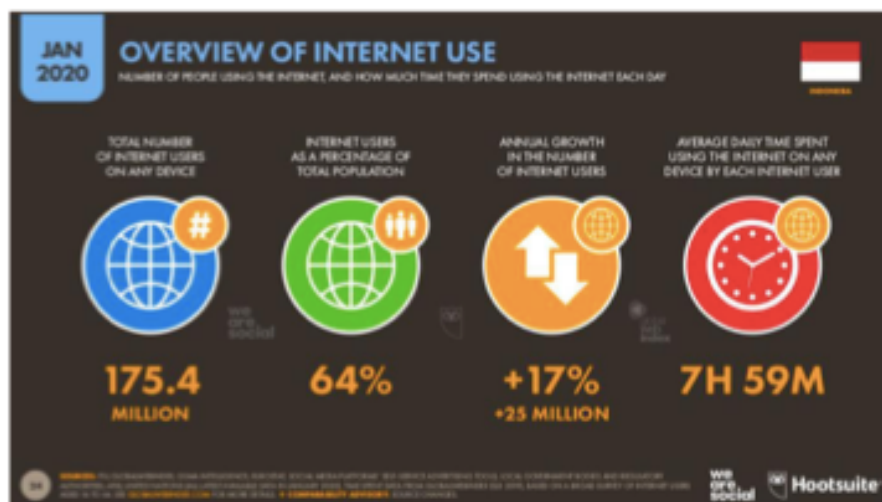
UMKM atau usaha mikro kecil dan kecil merupakan salah satu sektor penggerak perekonomian Indonesia. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2019), terdapat 64.194.057 usaha kecil dan menengah di Indonesia pada tahun 2018 (BPS, 2019). Angka ini mewakili 99 persen dari seluruh perusahaan di Indonesia yang mempekerjakan 116.978.631 pekerja (97 persen dari total angkatan kerja). Selain itu, pangsa UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 8.573.895 miliar (61,07%), ekspor selain migas sebesar 293,840 miliar (14,37%) dan pangsa pendapatan dalam negeri sebesar 2.564.549 (60,42%). Konsep ini didasarkan pada inti kurikulum “Triple-I” pendidikan bisnis di Indonesia. Menurut **Lubis (2015)**, menjelaskan hal yang pokok ketika: Identitas makna “nilai-nilai sosial Indonesia” diartikan sebagai keberagaman dan keharmonisan di Indonesia yang hidup hingga generasi yang berbeda-beda dan dipahami serta diterapkan sebagai pedoman hidup di Indonesia dengan mengembangkan cara berpikir.



Gambar 1.2 Kontribusi UMKM Nasional

Sumber: Kemenkop UMKM, (2021)

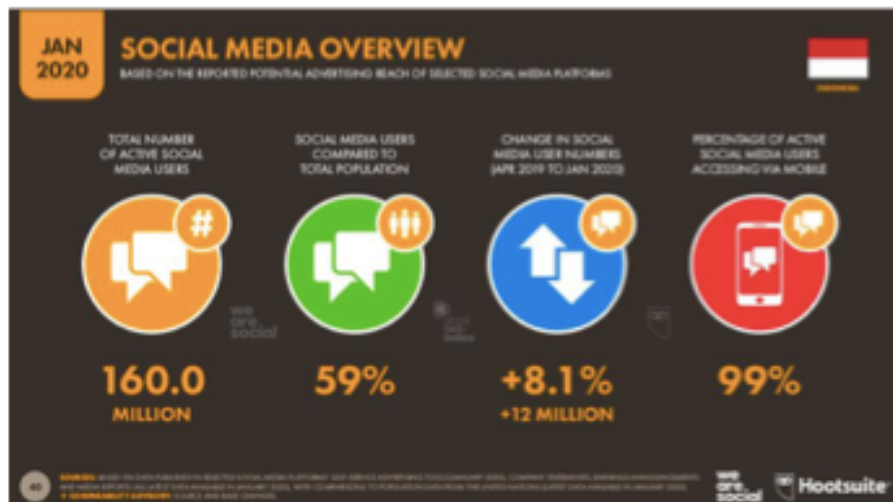
Di sisi lain, pesatnya perkembangan teknologi, digitalisasi global dan internet tentunya akan mempengaruhi digitalisasi. Bisnis tradisional (offline) kini mulai beralih ke bisnis digital (online). Bisnis atau bisnis digital lebih potensial karena calon konsumen mendapatkan informasi yang berbeda-beda; misalnya informasi tentang produk dan acara melalui Internet. Berdasarkan data yang dipublikasikan We Are Social (2020), 175,4 juta orang menggunakan internet di Indonesia pada Januari 2020, yang dapat dilihat pada Gambar 1.4.



Gambar 1.3 Gambaran Umum Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: We Are Social, (2020)

Penelitian yang dilakukan oleh Achmad et al (2020) menyebutkan salah satu kelebihan pengguna media sosial ialah mempunyai banyak potensi dalam kemajuan sebuah usaha. Menurut data yang diambil dari We Are Social tahun 2020 pada Gambar 1.5, total pengguna yang aktif dalam menggunakan media sosial telah mencapai 160 juta pengguna. Dari angka diatas dapat dilihat bahwa pengguna internet sudah mendominasi penduduk di Indonesia, dikarenakan dengan kemudahan aksesibilitas internet dapat memberikan informasi, kemudahan berbelanja, kemudahan berkomunikasi, dan lain-lain.



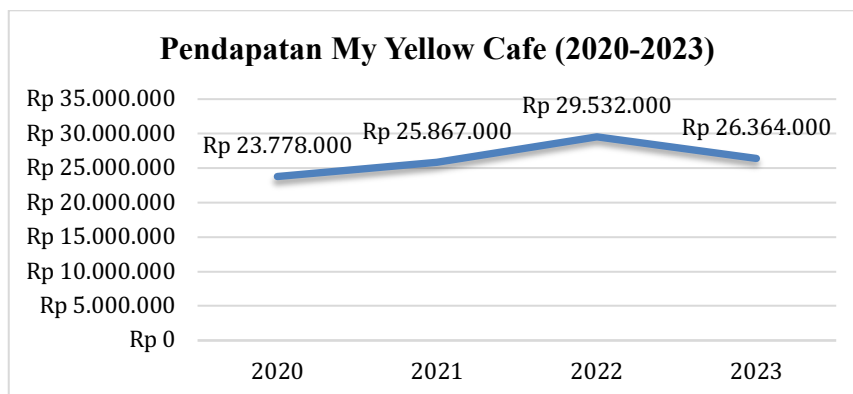
Gambar 1.4 Gambaran Umum Sosial Media di Indonesia

Sumber: We Are Social, (2020)

Media sosial telah menjadi populer di kalangan pengusaha UMKM dan semakin diminati untuk mengembangkan bisnis pelanggan. Achmad et al. (2020) menjelaskan bahwa media sosial memiliki dampak positif yang signifikan, seperti memberikan akses cepat kepada masyarakat untuk mendapatkan informasi melalui internet. Selain itu, media sosial digunakan dalam berbagai aspek bisnis, termasuk pemasaran produk dan jasa, interaksi dengan pelanggan, penghematan biaya, dan menjalankan bisnis secara online.

Di era yang terus bergerak cepat seperti sekarang, kita sering kali dihadapkan pada berbagai tuntutan yang memerlukan beragam keterampilan dan kemampuan, memungkinkan kita untuk mengemban peran yang beragam dalam mencapai tujuan besar. Dengan adanya kebiasaan masyarakat dalam berkumpul bersama menikmati makanan atau minuman di luar rumah, hal tersebut dapat memberikan keuntungan pada pebisnis UMKM kuliner dengan menyediakan fasilitas dan sarana yang menunjang. Serta dengan adanya peran media sosial yang memberikan kemudahan bagi para pebisnis kuliner untuk melakukan kegiatan pemasaran dan promosi, serta salah satu faktor lainnya adalah dengan hadirnya platform ride hailing (Grabfood dan Gofood) yang mempermudah proses pembelian konsumen dalam pembeliannya.

Ketika seorang *marketer* menggunakan media sosial untuk meningkatkan suatu merek, hal itu umumnya berarti meningkatkan ekuitas merek. Ekuitas merek adalah nilai yang diberikan konsumen terhadap merek di atas dan melampaui karakteristik fungsional produk (Prasetio et al, 2022). Salah satu yang menarik perhatian peneliti yaitu sebuah bisnis Cafe, menjalani sebuah bisnis terutama Cafe harus mempertahankan kualitas serta keunggulannya tersendiri agar bisnis tersebut dapat mempertahankan eksistensinya. Diperlukan sebuah strategi pengembangan suatu bisnis yang baik ke arah dengan memiliki perencanaan yang tepat serta menyeluruh. Hal tersebut berguna untuk mewujudkan suatu bisnis yang berkelanjutan. Khususnya pada objek penelitian ini yaitu My Yellow Cafe, dilansir dari beberapa informasi yang didapatkan bahwa My Yellow Cafe mengalami penurunan pendapatan, jumlah pengunjung, dan kurangnya inovasi dari berbagai aspek.



Gambar 1.5 Grafik Pendapatan My Yellow Cafe Tahun 2020-2023

Sumber: Data Sekunder (2024)

Selama rentang tahun 2020 hingga 2023, My Yellow Cafe mengalami penurunan pendapatan yang signifikan. Pada tahun 2020, pendapatan yaitu Rp 23.778.000, selanjutnya mengalami peningkatan menjadi Rp 25.867.000 pada tahun 2021. Kemudian pada Tahun 2022 meningkat menjadi Rp 29.532.000. Pada tahun 2023, mengalami penurunan dengan total pendapatan sebesar Rp 26.364.000. Hal ini mencerminkan tantangan yang dihadapi oleh Cafe tersebut selama periode tersebut, mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti perubahan perilaku

konsumen, kondisi ekonomi yang sulit, atau keadaan Cafe yang tidak diminati pengunjung.

Menjalankan sebuah bisnis khususnya Cafe memerlukan kemampuan manajemen dalam menjalankannya. Tidak ada bisnis yang benar-benar aman dan terhindar dari risiko kegagalan, namun bisnis mana pun dapat mengurangi risiko kegagalan dengan menerapkan langkah-langkah yang tepat dalam pengembangan bisnis. Praktisi harus memahami bahwa lebih dari sekedar implementasi CRM (*Customer Relationship Management*) diperlukan untuk menjamin loyalitas pelanggan yang tinggi. Faktor lain, seperti kualitas produk atau layanan, harga, dan pengalaman pelanggan, juga penting dalam membentuk loyalitas. Oleh karena itu, praktisi harus mengadopsi pendekatan yang lebih holistik dalam manajemen hubungan pelanggan, yang berfokus pada teknologi dan proses serta memperhatikan aspek relevan lainnya seperti kualitas produk, layanan, dan komunikasi merek (Sugiat & Sudirman, 2024). Hal itu mengharuskan para pelaku usaha untuk mengubah strateginya dalam menjangkau konsumen, serta memberikan pelayanan yang baik, kemudahan dalam mengatur pekerjaan dan melakukan digitalisasi dalam pengelolaan kinerja, kualitas, dan inovasi.

Diperlukan suatu pemanfaatan strategi pengembangan bisnis berbasis digital untuk mencapai hasil yang optimal, serta dukung oleh perencanaan pada faktor inovasi, kinerja, dan kualitas pada bisnis tersebut. Hal ini mencakup konteks internal maupun eksternal pada usaha atau bisnis tersebut. Sehingga My Yellow Cafe diharapkan mampu mengaplikasikan berbagai strategi untuk kemudahan usaha atau bisnis kedepannya, serta harus dengan mudah beradaptasi dengan perkembangan zaman agar tidak kalah dari pesaingnya. Oleh karena itu diperlukan analisis internal (Manajemen fungsional & Analisis SW) dan eksternal (Analisis 5 forces porter, Analisis OT, Analisis PEST), setelah itu diteruskan untuk menjadi metode SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, & Threaten) Dengan mencari tahu dari sisi kekuatan, kelemahan, peluang serta dapat mengantisipasi ancaman yang akan terjadi kedepannya, kemudian menentukan IFE Matriks dan EFE Matriks dan mendapatkan hasil IE Matriks. Selanjutnya dikuantifikasi

menggunakan metode Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM) untuk mendapatkan strategi prioritas yang objektif.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan oleh peneliti pada poin sebelumnya, peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah penelitian yang diantaranya yaitu:

1. Bagaimana kondisi internal dan eksternal UMKM My Yellow Cafe?
2. Bagaimana keadaan UMKM My Yellow Cafe dalam pengelolaan strategi pengembangan bisnis saat ini?
3. Bagaimana strategi pengembangan bisnis yang tepat untuk diterapkan pada UMKM My Yellow Cafe?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana kondisi internal dan eksternal UMKM My Yellow Cafe.
2. Menjelaskan bagaimana keadaan pada UMKM My Yellow Cafe dalam pengelolaan strategi pengembangan bisnis saat ini.
3. Mengkaji strategi pengembangan bisnis yang tepat untuk diterapkan pada UMKM My Yellow Cafe.

1.5 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini bermanfaat dan memberikan manfaat baik dari segi kurikulum (pendidikan) maupun penerapan praktisnya

1.5.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman tentang manajemen strategi pada industri kuliner. Penulis juga berharap penelitian ini dapat membantu memberikan kerangka pemikiran untuk memperluas pengetahuan pada bidang pengembangan bisnis UMKM Cafe.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penulis juga berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana informasi, klarifikasi dan masukan yang bermanfaat terhadap My Yellow Cafe. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi dalam pengambilan keputusan dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM untuk mendapatkan strategi digital yang tepat untuk My Yellow Cafe.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Struktur penulisan pada penelitian ini terdiri atas 5 bab yang masing-masing bab berisi beberapa unsur yang berbeda. Secara umum penelitian ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian pertama yaitu Bab 1 mengenai uraian secara singkat topik penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, nilai penelitian, waktu dan durasi penelitian serta struktur laporan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada Bab 2 ini berisi mengenai uraian teori yang mendukung penelitian, pemaparan penelitian terdahulu yang terkait, dan pengembangan suatu kerangka teori yang melandasi penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini memberikan penjelasan tentang metodologi penelitian yang digunakan dan definisi operasional variabel yang digunakan. Ini juga membahas metode dan sumber pengumpulan data serta pertimbangan reliabilitas dan validitas serta relevansinya.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Bab ini akan menguraikan Hasil penelitian, karakteristik Narasumber, dan analisis penelitian yang telah melalui proses penelitian secara objektif.

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini akan membahas interpretasi hasil penelitian sebagai kesimpulan dan rekomendasi untuk topik penelitian.