

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

Pecel Saestu merupakan usaha di bidang kuliner yang memiliki produk utama yaitu makanan Pecel khas Blitar, Jawa Timur. Usaha ini berdiri pada bulan Mei tahun 2023 yang didirikan oleh personel band Dongker asal Bandung, yaitu Delpi Suhariyanto dan Arno Zarror. Pemilihan nama “Saestu” berasal dari bahasa Jawa yang berarti sungguh atau asli, sehingga penamaan Pecel Saestu memiliki makna bahwa Usaha ini menyajikan makanan khas asli Indonesia yang berasal dari Blitar, Jawa Timur.

Produk yang ditawarkan tidak hanya sekedar Pecel seperti biasanya, namun dipadukan dengan nuansa Jepang sebagai instrumen tambahan untuk menarik minat pelanggan dari kalangan anak muda. Sentuhan nuansa Jepang terdapat pada desain-desain yang digunakan oleh Pecel Saestu, seperti desain logo, desain outlet berupa *open kitchen bar* seperti di kedai-kedai Ramen, dan desain ornamen hiasan serta pemilihan warna sebagai identitas usaha. Tidak hanya sekedar sentuhan sebagai penghias saja, kesan Jepang semakin melekat pada menu yang ditawarkan oleh Pecel Saestu; Pecel Chicken Katsu; Pecel Wagyu Short Plate; Pecel Wagyu Saikoro; Mie Kuah Ohayoui; Mie Kuah Kakedashi. Dalam menu yang disajikan, rasa tradisional Indonesia tersirat pada sajian pecel berupa sayur rebus yang dibalur dengan bumbu kacang, rempeyek, dan daun kecombrang sebagai ciri khas Pecel dari Blitar.

Pemaduan makanan khas Indonesia berupa Pecel dan nuansa Jepang dapat dilihat sebagai inovasi baru di bidang kuliner, bukan sekedar inovasi agar terlihat berbeda di pandangan konsumen, namun Pecel Saestu berhasil membangun *brand image* sebagai “Pecel Kalcer”. Kalcer disini merupakan bahasa serapan yang berasal dari “*culture*” yang berarti kekinian, gaul, dan keren di kalangan anak muda.

1.1.2 Visi dan Misi

Adapun Visi dan Misi dari Pecel Saestu adalah “Menjadi rumah makan yang menyediakan beragam kuliner Jawa Timur melalui resto di berbagai daerah di Jawa Barat.”

1.1.3 Logo Pecel Saestu

Berikut adalah logo dari Pecel Saestu:



Gambar 1. 1 Logo Pecel Saestu

Sumber: Media Sosial Pecel Saestu

“Saestu” berasal dari bahasa Jawa yang berarti sungguh atau asli, sehingga penamaan Pecel Saestu memiliki makna bahwa usaha ini menyajikan makanan khas asli Indonesia yang berasal dari Blitar, Jawa Timur. Kemudian, pemilihan warna biru melambangkan warna yang identik dengan Jepang yaitu luasnya lautan dan langit di wilayah Jepang. Pemilihan tipografis yang meliuk seperti alfabet Kanji juga semakin menguatkan kesan Jepang pada logo Pecel Saestu. Perpaduan dari berbagai elemen tersebut menyiratkan bahwa Pecel Saestu merupakan usaha pecel khas Jawa (Blitar) yang menyajikan berbagai pilihan menu dengan perpaduan Jepang, lalu perpaduan warna biru dan putih menyiratkan bahwa makanan tersebut bersih, segar, dan sehat.

1.1.4 Produk Pecel Saestu



Gambar 1. 2 Produk Makanan Pecel Saestu

Sumber: Media Sosial Pecel Saestu

1.1.5 Media Sosial Pecel Saestu



Gambar 1. 3 Postingan Media Sosial Pecel Saestu

Sumber: Media Sosial Pecel Saestu

1.1.6 Informasi Perusahaan Pecel Saestu

Berikut adalah informasi perusahaan dari Pecel Saestu:

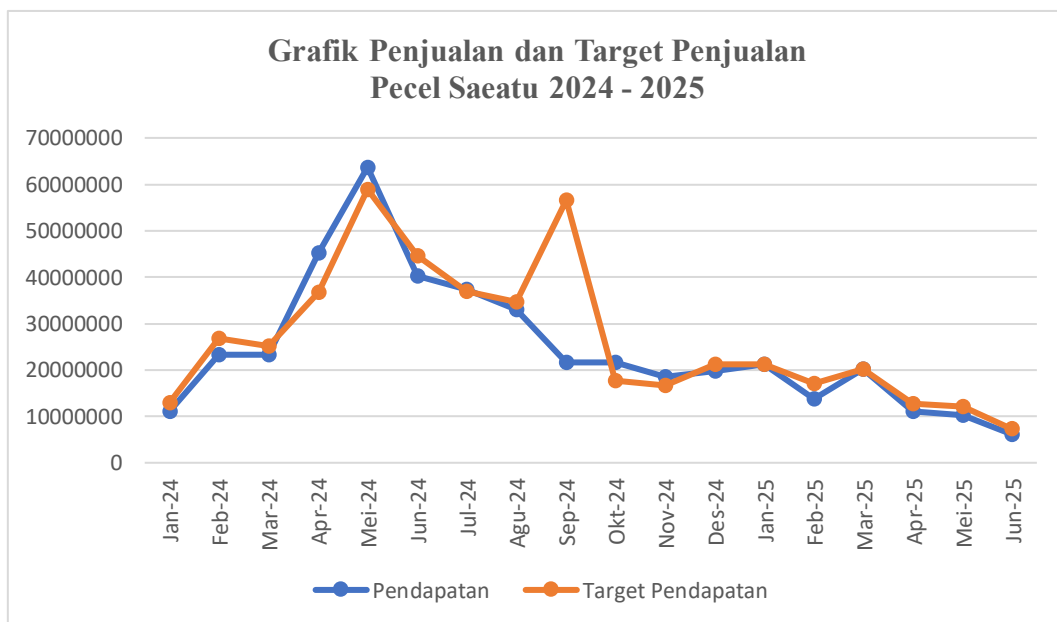
Pemilik : Delpi Suhariyanto dan Arno Zarrow
Alamat : Jl. Anggrek No.15, Bandung, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung,
Jawa Barat 40113
Instagram : @dapursaestu_

1.2 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan pilar utama dalam membangun perekonomian. Secara global, sektor UMKM mencakup sekitar 90% dari total unit usaha dan bertanggung jawab atas lebih dari separuh penciptaan lapangan kerja, sebuah peran yang menjadi semakin krusial di negara-negara berkembang. Pentingnya UMKM tidak hanya terbatas pada kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga mencakup perannya yang instrumental dalam menyediakan lapangan pekerjaan, memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa, serta memperkuat tatanan sosial di tingkat komunitas (Tricahyono & Purnamasari, 2018; World Bank, 2022). Hal ini dibuktikan pada kontribusi UMKM Indonesia terhadap PDB Nasional yang memiliki persentase cukup besar, yaitu 60,5%, dengan ini UMKM memiliki potensi yang lebih besar terhadap perekonomian nasional (Kementrian Keuangan RI, 2023). Angka ini secara signifikan lebih tinggi dibandingkan rata-rata negara berkembang lainnya yang umumnya berada di kisaran 40% dari PDB (Syzdykova & Azretbergenova, 2025). Kontribusi yang sedemikian besar ini tidak hanya menunjukkan tingginya ketergantungan ekonomi Indonesia pada kesehatan dan vitalitas UMKM, tetapi juga menegaskan adanya kebutuhan untuk berinisiatif secara berkelanjutan yang bertujuan menjaga serta meningkatkan kinerja sektor UMKM (Gunawan et al., 2022).

Namun, kondisi makroekonomi Indonesia saat ini dihadapkan pada nilai tukar rupiah yang melemah terhadap dolar Amerika Serikat. Hal tersebut menimbulkan penurunan di berbagai sektor ekonomi. Dampak dari depresiasi mata uang ini terasa sangat signifikan pada segmen ekonomi yang sangat bergantung pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Lebih lanjut, situasi ini juga

berpotensi besar memicu peningkatan laju inflasi nasional (Kementrian Keuangan Indonesia, 2025). Sehingga mendorong pergeseran perilaku konsumen, seperti konsumen mengurangi konsumsi diluar dari kebutuhan pokok yang mengakibatkan daya beli masyarakat Indonesia menurun. Hal tersebut menyebabkan penurunan aktivitas penjualan produk dan layanan UMKM sehingga menekan profitabilitas usaha UMKM (Bertanzetti et al., 2024). Penurunan profitabilitas tersebut juga terjadi pada Pecel Saestu yang dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 1. 4 Grafik Penjualan dan Target Penjualan Pecel Saestu tahun 2024-2025

Melihat UMKM memiliki peran penting pada pertumbuhan PDB Nasional (Kementrian Keuangan RI, 2023), peningkatan industri UMKM dan kemampuan UMKM untuk bersaing dan memiliki usaha yang berkelanjutan sangat diperlukan sehingga dapat tercapainya peningkatan perekonomian Indonesia yang inklusif dan berjangka panjang (Kristanti et al., 2019). Namun, saat ini UMKM di Indonesia tengah menghadapi kondisi ekonomi yang kian memburuk dan memasuki fase penuh tantangan yang menuntut adanya respons strategis terhadap berbagai tekanan eksternal (Triono et al., 2024). Oleh karena itu, agar mampu bertahan dalam menghadapi kondisi tersebut, seperti Pecel Saestu sebagai salah satu pelaku UMKM Kuliner harus memiliki kemampuan adaptif yang tinggi. Kemampuan

beradaptasi ini perlu didasari oleh pendayagunaan kekuatan kompetitif dan upaya memitigasi kelemahan internal, serta mampu menangkap peluang eksternal serta mencegah dampak dari ancaman yang ada (Gunawan et al., 2022; Noviaristanti & Huda, 2022).

Berdasarkan tekanan persaingan lingkungan eksternal dan tekanan masalah internal perusahaan yang menjadi faktor-faktor tidak tercapainya target pendapatan Pecel Saestu, maka perlu adanya rekomendasi strategi baru terhadap Pecel Saestu.

1.3 Perumusan Masalah

UMKM memiliki peran penting terhadap PDB Nasional dengan kontribusi sebesar 60,5%. Namun kondisi perekonomian Indonesia yang memburuk menyebabkan melemahnya sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pecel Saestu yang merupakan pemain pada industri tersebut dihadapkan pada penurunan profitabilitas usaha, membutuhkan pengembangan strategi kompetitif agar dapat secara efektif bertahan di industrinya sekaligus memperluas jangkauan usahanya.

Jika tidak dilakukan tindakan terhadap hambatan dan masalah yang dihadapi, Pecel Saestu dikhawatirkan tidak mampu bertahan. Sehingga, Pecel Saestu perlu mengembangkan strategi yang lebih tepat demi mempertahankan keberlangsungan usaha Pecel Saestu dengan memanfaatkan peluang pada keunikan produk yang dimiliki, meminimalisir masalah internal dan ancaman eksternal, serta membuat strategi yang dapat menunjang kelemahan yang dimiliki oleh Pecel Saestu.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian pada penelitian ini diantaranya:

1. Bagaimana kondisi lingkungan eksternal usaha Pecel Saestu berdasarkan *EFE Matrix*?
2. Bagaimana kondisi lingkungan internal usaha Pecel Saestu berdasarkan *IFE Matrix*?
3. Bagaimana formulasi strategi yang dapat direkomendasikan melalui temuan-temuan pada *EFE Matrix* dan *IFE Matrix* yang telah diolah menggunakan *IE Matrix*, *SWOT Matrix*, dan *QSPM*.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian pada penelitian ini diantaranya:

1. Mengidentifikasi kondisi lingkungan eksternal usaha Pecel Saestu melalui pendekatan *EFE Matrix*
2. Mengidentifikasi kondisi lingkungan internal usaha Pecel Saestu melalui pendekatan *IFE Matrix*
3. Memformulasikan strategi yang tepat bagi Pecel Saestu melalui temuan-temuan pada *EFE Matrix* dan *IFE Matrix* yang telah diolah menggunakan *IE Matrix*, *SWOT Matrix*, dan QSPM.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menerapkan teori-teori yang relevan mengenai pemetaan strategi bisnis dan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi bisnis dalam industri kuliner, khususnya pada UMKM serta diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.6.2 Aspek Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan rekomendasi strategis yang dapat meningkatkan kinerja dan daya saing Pecel Saestu. Temuan-temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi perusahaan dalam mengoptimalkan sumber daya yang ada dan mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penulisan pada penelitian ini terdiri atas lima bab dan pada setiap babnya memiliki keterkaitan dengan bab yang lain, berikut merupakan sistematikanya:

a. Bab I: Pendahuluan

Bab ini menyajikan latar belakang permasalahan yang menjadi fokus penelitian, serta alasan mengapa penelitian ini penting dilakukan. Di sini, peneliti juga akan merumuskan secara jelas tujuan penelitian, manfaat yang

diharapkan, dan batasan ruang lingkup penelitian. Singkatnya, bab ini memberikan gambaran menyeluruh tentang penelitian yang akan dilakukan.

b. Bab II: Tinjauan Pustaka

Bab ini menyajikan kajian teoritis yang mendasari penelitian. Peneliti akan mengulas berbagai konsep, teori, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang diteliti. Tujuannya adalah untuk membangun kerangka berpikir yang kuat dan menempatkan penelitian ini dalam konteks studi yang lebih luas.

c. Bab III: Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan secara rinci bagaimana penelitian dilakukan. Peneliti akan memaparkan desain penelitian yang digunakan, instrumen dan teknik pengumpulan data. Selain itu, akan dijelaskan pula metode analisis data digunakan dapat diandalkan dan untuk memastikan bahwa data yang disajikan merupakan data yang valid.

d. Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menyajikan temuan-temuan penelitian yang diperoleh dari analisis data. Hasil penelitian akan disajikan secara sistematis dan diinterpretasikan secara mendalam. Peneliti juga akan menyesuaikan hasil penelitian dengan teori-teori yang telah dibahas pada bab kajian literatur.

e. Bab V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan rangkuman dari seluruh isi penelitian. Peneliti akan menarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Selain itu, akan diberikan pula saran-saran yang relevan, baik untuk penelitian lebih lanjut maupun bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik penelitian.