

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Seiring perkembangan zaman, pertumbuhan dan pembangunan ekonomi sangatlah memiliki peran penting dalam kemajuan suatu negara. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu faktor terpenting dari kemajuan suatu negara. Salah satu cara agar ekonomi dalam sektor masyarakat mengalami pertumbuhan adalah dengan membuat usaha dalam berbagai sektor. Hal itu dikarenakan usaha merupakan suatu proses pembentukan kreativitas dan inovasi yang memberikan sebuah solusi dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan.<sup>2</sup>

Kegiatan bisnis merupakan salah satu aktivitas dalam memenuhi kebutuhan dan harapan manusia, organisasi, dan masyarakat secara luas. Secara umum tujuan bisnis yakni untuk mencari keuntungan dari proses produksi. Semua faktor produksi merupakan input bagi proses produksi yang akan menghasilkan output yaitu produk, baik berupa barang (barang setengah jadi atau barang jadi) atau jasa. Perlu manajemen yang baik agar penggunaan sumber daya tersebut bisa efektif dan dapat dimanfaatkan secara efisien.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Halim, A, (2020), “Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju, GROWTH jurnal ilmiah ekonomi pembangunan, (2020), Vol. 1, No. Hal.158.

<sup>3</sup> Asnawati, S. E., *KEWIRAUSAHAAN: Teori dan Contoh-Contoh Rencana Bisnis*, (CV Literasi Nusantara Abadi, 2021), Hal.89.

Jalan utama dari kegiatan bisnis adalah dengan mengembangkan usaha, tanpa aktivitas bisnis usaha yang sedang berjalan tidak akan berkembang, maka dari itu harus ada usaha-usaha dalam mengembangkan usaha yang sedang berjalan. Kata bisnis sendiri diambil dari bahasa Inggris “*business*” yang memiliki arti Sibuk<sup>4</sup>. Banyak hal yang dilakukan dalam kegiatan bisnis diantaranya adalah *marketing*, *branding* dan distribusi, aktivitas tersebut akan menghasilkan keuntungan bagi pelaku usaha. Dapat dikatakan selama pelaku usaha melakukan berbagai aktivitas yang menguntungkan maka hal tersebut dapat dikatakan sebagai bisnis.

UMKM merupakan salah satu bagian dari kegiatan bisnis, UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan penggunaan modal usaha relatif sedikit. UMKM mempunyai peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja.<sup>5</sup>

Usaha angkringan termasuk dalam kategori UMKM.<sup>6</sup> Usaha Angkringan sudah banyak ditemui diberbagai tempat, usaha ini sangat digemari dan sukai oleh beberapa kalangan karena memiliki tingkat pasar yang luas. Pada umumnya Usaha ini biasa berdiri di bahu jalan seperti

---

<sup>4</sup> Rasmulia, Sembiring, *Pengantar Bisnis*, (La Goods Publishing, 2021), Hal. 2.

<sup>5</sup> Ulfi Jefri dan Ibrohim, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten*, Jurnal Manajemen STEI Muhammadiyah Palopo, Vol. 7, No. 1, Hal. 87.

<sup>6</sup> Wijoyo, A., Hidayat, A. B., Honi, R. A., Nuriyah, S., & Pangestu, S. A., *Pengembangan Usaha Angkringan dengan Menggunakan Analisis SWOT*. OKTAL: Jurnal Ilmu Komputer dan Sains, (2022), Vol. 1 No. 12, Hal. 2237.

trotoar, halaman toko, halaman kantor, tetapi tidak jarang ditemui angkringan yang berdiri di sebuah *foodstreet* atau menyewa tempat. Angkringan dekat sekali atau identik dengan perkumpulan sekelompok orang yang mengkonsumsi minuman dan makanan pada tempat usaha ini, ditempat ini memiliki harga special dan murah untuk kalangan menengah kebawah membuat pelanggan akan betah dan dapat berlama – lama di tempat ini tanpa ada yg mengganggu atau mengusir mereka.

Sebuah usaha maju tidak akan berkembang dan akan berjalan ditempat jika tidak memiliki strategi bisnis. Dari adanya strategi bisnis pelaku usaha sudah memiliki visi dan misi yang ingin dicapai dengan tetap mempertahankan dan melakukan usaha pengembangan dalam bisnisnya. Faktor keberhasilan usaha dapat diukur melalui pengembangan usaha dengan meningkatkan daya saing. Peningkatan tersebut dilakukan melalui strategi penetrasi pasar, strategi penguatan pasar dan strategi pengembangan produk. Pengembangan produk dapat dilakukan melalui adanya inovasi varian produk, dan inovasi kemasan agar terlihat lebih menarik. Selain itu, dalam mengembangkan sebuah produk juga dapat dilakukan dengan cara diferensiasi produk, dan pengembangan sarana dan prasarana.<sup>7</sup>

Pengembangan bisnis dapat diartikan sebagai penciptaan nilai jangka panjang bagi konsumen dan pasar yang berkaitan dengan tugas dan proses persiapan analitik atas potensi *growth opportunities* dan bantuan

---

<sup>7</sup> Inka Srinindria Febriani, Skripsi: “*Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Konveksi Salma Collection Tulungagung)*”, (Tulungagung, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, 2023), Hal.3.

kepada proses implementasi *growth opportunities*, tetapi tidak termasuk pembuatan keputusan, formulasi, dan implementasi langsung atas *growth opportunities*. Untuk membuat keputusan atas pengembangan bisnis diperlukan *business developer* dan strategi untuk memutuskannya.

Strategi adalah suatu rencana permainan dimana setiap usaha harus merancang strategi untuk mencapai tujuannya. Penelitian ini mendefinisikan strategi merupakan rencana yang disatukan menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan suatu usaha dengan tantangan dan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.<sup>8</sup>

Perencanaan strategis dapat didefinisikan sebagai pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi kinerja dalam mencapai tujuan. Untuk mengimplementasikan strategi dan pengembangan bisnis membutuhkan bantuan manajemen. Manajemen merupakan cara yang dilakukan oleh seorang manajer untuk mengatur, membimbing, dan memimpin menggunakan perantara orang lain untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dan disebut dengan istilah manajemen strategis. Manajemen strategis merupakan gabungan dari manajemen yang digunakan untuk membantu implementasi strategi.<sup>9</sup>

Strategi pengembangan usaha yang sukses umumnya ditentukan dari beberapa strategi yaitu, pertama adalah Strategi Produk, Produk merupakan

---

<sup>8</sup> Erwin Permana dan Herlan, *Strategi Pengembangan Bisnis UKM di Sentra UKM Fashion Bulak Timur, Kota Depok*, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 11, No. 1, Hal. 23.

<sup>9</sup> Aldo Hardi Sancoko, *Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan Dan Minuman Pada Depot Time To Eat Surabaya*, (2015), Vol. 3, No. 1, Hal. 186.

sesuatu yang di tawarkan ke pasar untuk di perhatikan, dimiliki , digunakan dan dikonsumsi sehingga dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan. Kedua Strategi Promosi, Promosi adalah salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan meningkatkan target pasar. ketiga Strategi Harga, Harga merupakan jumlah uang yang di bayarkan guna memperoleh barang atau jasa sesuai dengan jumlah nilai uang yang di tukarkan oleh konsumen dan yang ke empat Strategi Lokasi, lokasi adalah kegiatan yang di lakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah di peroleh dan tersedia kepada sasaran pelanggan.

Salah satu usaha yang melakukan pengembangan bisnis adalah Angkringan BigBoss. Angkringan BigBoss merupakan tempat kuliner yang terletak di Pantai Blado Kecamatan Munjungan. Angkringan BigBoss berbeda dengan angkringan pada umumnya yang berada ditepi jalan yang identik dengan gerobak, namun angkringan ini menyediakan tempat seperti *caffe* yang menyuguhkan pemandangan pantai. Konsumen angkringan BigBoss mayoritas anak muda, dan dalam musim tertentu angkringan ini biasa disewa untuk acara komunitas ataupun reuni. Angkringan BigBoss yang terletak di Pantai Blado tentunya memiliki banyak pesaing, maka dari itu Angkringan BigBoss harus melakukan strategi pengembangan guna bersaing dengan pesaingnya dan meningkatkan omzet penjualan.

Angkringan BigBoss ini adalah hasil kerja sama dari Lembaga Ekonomi Masyarakat (LEM) Amerta Jaya Desa Masaran dan LEM

Nusantara Desa Craken, LEM merupakan lembaga ekonomi yang berada di tingkat desa yang dibentuk dari, oleh, dan untuk masyarakat desa dengan memanfaatkan potensi sumberdaya yang tersedia guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat, LEM Amerta Jaya dan Nusantara adalah salah satu LEM yang dibentuk oleh Dinas Pertanian Kabupaten Trenggalek di Kecamatan Munjungan.

Dalam prakteknya Angkringan BigBoss melakukan berbagai upaya dalam pengembangan usahanya, pengembangan yang dilakukan disesuaikan dengan hal baru yang digemari anak muda, hal itu dibuktikan dengan bertambahnya menu-menu baru yang kekinian. *Branding* juga menjadi salah satu aspek yang sangat ditingkatkan oleh Angkringan BigBoss, melalui Instagram dan WhatsApp Angkringan BigBoss sangat gencar mempromosikan produk-produk menarik mereka untuk menari calon *customer*, selain menu-menu baru yang dihadirkan, Angkringan BigBoss juga menawarkan layanan menarik salah satunya *Delivery Order*, *delivery order* dihadirkan untuk para calon *customer* yang mungkin tidak ada waktu ataupun malas untuk keluar.

Semakin meningkatnya persaingan di sektor kuliner yang berada di wilayah kecamatan munjungan maka Angkringan BigBoss harus melakukan langkah pasti dalam mengembangkan bisnisnya. Dalam mengembangkan bisnis tentunya Angkringan BigBoss harus merencanakan strategi-strategi yang tepat agar terus bisa berjalan dan meningkatkan omzet penjualan mereka. Tetapi dalam

mengimplementasikan strategi yang sudah direncanakan tidak selalu berjalan dengan lancar dan sesuai yang diharapkan, tentunya pasti ada kendala dalam prakteknya, maka dari itu Angkringan BigBoss harus menerapkan manajemen strategi yang tepat.

Dari berbagai dari kendala yang menghambat, Angkringan BigBoss dituntut mampu menghadirkan strategi pengembangan usahanya agar dapat meminimalisir kerugian dan tidak kalah dalam persaingan, Angkringan BigBoss harus mampu memprediksi situasi dan kondisi yang mungkin akan dihadapi dimasa yang akan datang untuk mempertahankan usahanya. Strategi yang berkelanjutan harus direncanakan dengan matang supaya langkah kedepannya semakin pasti dan terarah. Untuk mendukung perencanaan dan pelaksanaan strategi yang berkelanjutan terhadap suatu usaha salah satunya dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Analisa SWOT merupakan suatu analisis yang digunakan untuk identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi sebuah bidang usaha. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).<sup>10</sup>

Setelah melakukan observasi awal di Angkringan BigBoss dapat disimpulkan bahawa Angkringan BigBoss melakukan pengembangan usaha menggunakan ide yang bagus untuk diimplementasikan. Akan tetapi ada

---

<sup>10</sup> Erik Bagus Setiawan dan Reza Widhar Pahlevi, *Strategi Pengembangan Usaha Angkringan Herbal Dewuyung Dengan Menggunakan Analisis Swot*, Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, (2022), Vol. 1, No. 1, Hal. 13.

beberapa kendala dalam beberapa aspek yaitu, dalam hal strategi pengembangan pasar masih dikatakan kurang. Dalam menganalisis usaha juga belum sepenuhnya diperhatikan dengan baik. dari segi pemasaran Angkringan BigBoss masih cenderung monoton hanya mengandalkan pelanggan datang baik *online* maupun *offline* tanpa adanya usaha untuk melakukan promosi yang menarik agar lebih dilirik dan dikenal calon pelanggan. Terdapat beberapa kekurangan yang membuat Angkringan BigBoss berada pada kondisi datar dalam meningkatkan penjualannya sehingga perlu dilakukannya perubahan pengembangan usaha yang berdampak positif bagi peningkatan penjualan yang maksimal.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang strategi pengembangan bisnis pada Angkringan BigBoss Pantai Blado, sehingga peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Strategi Pengembangan Bisnis dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Melalui Analisi SWOT (Studi Kasus Angkringan BigBos Pantai Blado Munjungan)”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis yang digunakan oleh Angkringan BigBoss dalam meningkatkan omzet penjualan ?
2. Bagaimana penerapan strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Angkringan BigBoss dalam meningkatkan omzet penjualan ?



3. Bagaimana hasil strategi yang didapat dari analisis SWOT untuk pengembangan usaha dalam meningkatkan omzet penjualan di tempat usaha Angkringan BigBoss ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari adanya penelitian ini adalah sebagaimana berikut :

1. Untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis yang digunakan oleh Angkringan BigBoss dalam meningkatkan omzet penjualan.
2. Untuk mengetahui penerapan strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Angkringan BigBoss dalam meningkatkan omzet penjualan.
3. Untuk menganalisis hasil strategi yang didapat dari analisis SWOT untuk pengembangan usaha dalam meningkatkan omzet penjualan pada Angkringan BigBoss.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya sebagaimana berikut :

1. Secara Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi strategi pengembangan usaha yang bagus dan tertata untuk menjadi panduan dalam menjalankan usaha pada Angkringan BigBoss Pantai Blado Munjungan sehingga usaha yang dijalankan mampu meningkatkan

omzet penjualan, berkembang dengan baik dan bisa bersaing dipasaran.

Secara Praktis

a. Bagi Angkringan BigBoss

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan peningkatan kualitas dan dapat dijadikan panduan untuk menjalankan usaha Angkringan BigBoss bisa terus berkembang pesat. dan bisa menjadi bahan pertimbangan selaku pemilik usaha dalam upaya pengembangan usaha yang bisa tertata dengan rapi.

b. Bagi Institut

Hasil penelitian dapat menjadi kontribusi pemikiran dalam pengembangan keilmuan manajemen bisnis di perguruan tinggi serta bahan referensi awal dalam mengetahui strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan penjualan.

c. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan yang luas serta ilmu yang bermanfaat di dalam dunia bisnis serta mengetahui bagaimana proses yang harus dilalui dalam membuat suatu usaha untuk bisa terus berkembang serta dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi banyak orang.

d. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian yang akan datang sehingga dapat menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya.

## **E. Penegasan Istilah**

Penegasan istilah ini akan berfungsi untuk memberikan gambaran bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya tentang beberapa definisi pada kosa kata yang sering di bahas dalam penelitian ini.

### **1. Strategi**

Merupakan suatu kesatuan rencana sebuah perusahaan yang komprehensif dan terpadu yang diperlukan. Strategi biasanya mengacu pada perumusan tugas, tujuan, dan sasaran organisasi, strategi kebijakan dan program pokok untuk mencapainya, dan cara yang dibutuhkan untuk menjamin strategi telah dijalankan untuk mencapai tujuan sebuah perusahaan.<sup>11</sup>

### **2. Pengembangan Bisnis**

Mengembangkan bisnis sama artinya dengan mengembangkan kegiatan, mengembangkan produk, penjualan, mengembangkan konsumen, meningkatkan laba, mengembangkan iai produk serta manfaat dari suatu produk juga pendistribusian produk.<sup>12</sup>

### **3. Omzet**

---

<sup>11</sup> Imam Ahmad dkk, *Digital Marketing (Concept, Strategy, and Implementation*, (Batam: Cendikia Mulia Mandiri, 2022), hal. 1.

<sup>12</sup> Hadion Wijoyo dkk, *Pengantar Bisnis*, (Sumatra Barat : CV. Insan Cendikia Mandiri, 2021), hal 1.

Omzet atau yang sering di kenal dengan omzet penjualan berarti total jumlah penjualan barang/jasa selama periode penjualan tertentu. Dari definisi di atas dapat dikemukakan bahwa yang dimaksud dengan omzet penjualan adalah total jumlah barang dan jasa yang dihitung berdasarkan jumlah laba bersih dari laporan laba-rugi perusahaan (laporan operasi) selama suatu masa jual.<sup>13</sup>

#### 4. Penjualan

Istilah penjualan adalah penyebutan dalam kegiatan pemasaran yaitu proses dimana sang penjual menyampaikan produk barang atau jasa kepada konsumen dimana sang penjual memastikan , mengaktivasi dan memuaskan sang pembeli agar di capai manfaat yang menguntungkan di antara kedua belah pihak. Penjualan adalah suatu kegiatan dan cara untuk mempengaruhi pribadi agar terjadi pembelian (penyerahan) barang atau jasa yang telah di tawarkan berdasarkan dengan harga yang telah di tentukan di awal dan di sepakati oleh kedua belah pihak. Penjualan juga berarti proses penetapan harga jual sampai produk di distribusikan ke tangan konsumen atau pembeli.<sup>14</sup>

#### 5. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang

---

<sup>13</sup> Bagus Yaniyah, *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Omzet Penjualan Krupuk UD. Suci Surabaya*. Undergraduate thesis, Untag 1945 Surabaya, 2015, hal. 1.

<sup>14</sup> M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 166.

(*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.<sup>15</sup>

#### **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan dibuat untuk memudahkan pembaca memahami isi dari penelitian ini. Penelitian ini disusun dalam enam bab dengan perincian sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis memberikan penjelasan secara umum dan gambaran isi penelitian yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

---

<sup>15</sup> Rohematus Solehah dkk, *Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Jamu Tradisional Madura Melalui Pendekatan Analisis SWOT*. Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis (2022), Vol. 8 No.1, hal 484.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan dan menguraikan tentang landasan teoritis yang di gunakan untuk menganalisis data penelitian dan menjelaskan data penelitian yang telah di temukan di lapangan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini penulis memberikan penjelasan mengenai metodologi penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi dan subyek penelitian dan metode pengumpulan data.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang temuan temuan dari hasil penelitian yang telah di lakukan. pada bagian ini meliputi paparan data dan hasil temuan penelitian. Pada bagian ini peneliti menuangkan hasil dari penelitian yang telah di lakukan sebelumnya yang di peroleh dengan cara observasi , wawancara dan dokumentasi.

## **BAB V PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang pembahasan mengenai hasil penelitian yang telah di lakukan oleh peneliti dan di kaitkan dengan teori teori yang merujuk pada penelitian. apakah data yang telah di peroleh tersebut sudah sesuai dengan teori yang ada atau malah bertentangan dengan teori tersebut.

## **BAB VI PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian akhir dari sebuah penelitian, yang berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah di lakukan , dan saran, pada bagian ini peneliti menuangkan keseluruhan dari isi penelitian kemudian memberikan saran kepada pihak pihak yang terkait dengan penelitian ini.