

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia dimulai pada akhir 1997 hingga akhir tahun 1998, mengakibatkan guncangan yang cukup dahsyat pada perekonomian Indonesia yang berdampak pada terganggunya stabilitas bangsa secara mikro dan makro. Pada saat itu pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat terhindar dan mengatasi krisis tersebut. Seperti yang dipaparkan oleh Anuraga dan Sudantoko (2002) dalam penelitian 225.000 UMKM diperoleh 64,10% UMKM memiliki kemampuan bertahan usaha yang lebih kuat terhadap situasi perekonomian yang sedang terpuruk dan hanya 4% mengalami kebangkrutan. Hal tersebut disebabkan usaha mikro bukan usaha yang padat modal, tetapi padat karya dan lebih banyak menggunakan sumber daya lokal. Jumlah UMKM di Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2013 mengalami kenaikan setiap tahun dengan tingkat pertumbuhan rata-rata mencapai 2,43.% dalam lima tahun terakhir. Pada tahun 1998 jumlah UMKM sebanyak 36,81 juta dan mengalami peningkatan setiap tahun dan pada tahun 2012 jumlah UMKM menjadi 56,53 juta atau naik 52,02% dari tahun 1998.

Perkembangan UMKM di Indonesia didukung oleh latar belakang pelaku UMKM. Sebagian besar pelaku UMKM mempunyai alasan berusaha karena adanya peluang bisnis dan pangsa pasar yang aman dan besar dan sebagian kecil karena faktor keturunan dan tidak ada kesempatan di bidang lain (Tambunan, 2009). UMKM di Indonesia mempunyai peran yang sangat penting diantaranya menciptakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan nilai tambah, Najib dan Kiminami (2011). Namun demikian UMKM juga menghadapi berbagai permasalahan dalam menjalankan usaha. Menurut Aslichan et al. (2009) perkembangan UMKM menghadapi masalah mendasar yang secara garis besar mencakup: masih sulitnya akses UMKM pada pasar atas produk-produk yang dihasilkannya, masih lemahnya pengembangan dan penguatan usaha serta keterbatasan akses terhadap sumber-sumber pembiayaan dari lembaga-lembaga keuangan formal khususnya perbankan.

Berdasarkan kondisi tersebut, terutama untuk kondisi satu dan dua, penting buat UMKM untuk mengetahui pentingnya manajemen strategi agar bisnis yang dijalankan dapat lebih berkembang. Manajemen strategi merupakan suatu bentuk usaha manajerial untuk mengeksploitasi peluang bisnis guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Melalui manajemen strategi, perusahaan berusaha untuk mengetahui kelemahan dari bisnis yang dilakukan UMKM dengan UMKM lainnya. Manajemen strategi juga membuat UMKM untuk berusaha beradaptasi dengan perkembangan dunia industri, dengan kata lain perusahaan berusaha untuk mengurangi efek yang ditimbulkan oleh pesaing.

Untuk menentukan langkah yang tepat yang harus diambil oleh UMKM dalam menentukan strategi bisnis yang akan dilakukan, maka UMKM harus menentukan metode yang tepat untuk menentukan strategi bisnis yang diambil. hal ini dikarenakan jika UMKM tidak menggunakan metode yang tepat, maka keputusan atau strategi bisnis yang diambil bisa merugikan UMKM itu sendiri. Salah satu metode yang baik digunakan untuk menentukan strategi bisnis di UMKM dan Perusahaan, yaitu *Blue Ocean Strategy*. *Blue Ocean Strategy (BOS)* adalah suatu pendekatan strategi untuk menguasai ruang pasar yang tidak ramai diperebutkan sehingga persaingan menjadi tidak relevan. Konsep BOS adalah menggeser dan memperluas pasar bagi pelanggan potensial, sehingga memenuhi nilai yang diharapkan oleh pelanggan pada pasar yang dituju (Kim dan Mauborgne, 2005).

Blue Ocean Strategy merupakan kerangka untuk membentuk proses strategi bisnis. *Blue Ocean Strategy* adalah strategi bisnis yang menerapkan penguasaan ruang pasar yang tidak diperebutkan (*uncontested market space*) sehingga membuat persaingan menjadi tidak relevan. Pasar yang tidak diperebutkan tersebut menjadi *Blue Ocean* (Samudra Biru) dimana suatu organisasi bermain sendiri tanpa adanya pesaing didalamnya. Sedangkan kondisi dimana ruang pasar saling diperebutkan oleh banyak pihak dengan cara apapun seakan-akan sampai berdarah-darah atau disebut sebagai *Red Ocean* (Samudra Merah). (Kim dan Mauborgne, 2005).

Strategi samudera biru ini merupakan bentuk suatu organisasi yang berfokus pada strategi yang memiliki inovasi baru dan menjauh dari pasar yang sudah ada. Dengan menerapkan *Blue Ocean Strategy* maka Harmoni Coffee dapat merancang strategi yang

sesuai untuk meningkatkan jumlah *customer* yang sesuai serta mendapatkan strategi khusus dalam melakukan pengembangan bisnis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang diuraikan pada latarbelakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa kekuatan, dan kelemahan yang dimiliki oleh Harmoni Coffee?
2. Bagaimana rancangan strategi yang tepat diterapkan di Harmoni Coffee berdasarkan metode *Blue Ocean Strategy*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk Harmoni Coffee dengan produk pesaing yang ada di kota setempat.
2. Menentukan cara untuk meningkatkan penjualan atau menjaga agar penjualan tetap stabil.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Diharapkan dari hasil penelitian ini, Harmoni Coffee bisa mengetahui kelemahan dan kelebihan dari produk yang mereka miliki dari pesaing, sehingga kelemahan tersebut dapat diminimalisir atau dihilangkan.
2. Dari hasil penelitian ini, diharapkan Harmoni Coffee dapat menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan atau menjaga penjualan produk tetap stabil.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan masalah yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan terhadap produk yang dibuat oleh Harmoni Coffee
2. Objek Penelitian ini berada di wilayah Kota Jogja.
3. Metode *Blue Ocean* ini hanya digunakan untuk memecahkan masalah di Harmoni Coffee

1.6 Sistematikan Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Bab ini berisi kajian deduktif dan induktif yang menjadi landasan dalam penelitian dan menjelaskan posisi penelitian dibandingkan dengan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang kerangka dan bagan aliran penelitian, teknik yang dilakukan, analisis model, bahan atau materi penelitian yang digunakan, alat, tata cara penelitian dan data yang akan dikaji serta cara analisis yang dipakai dan sesuai dengan bagan alir yang telah dibuat.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan tentang cara pengumpulan data dan bagaimana mengelolah data tersebut menggunakan metode yang akan diterapkan sehingga tujuan penelitian tercapai. Bab ini merupakan acuan untuk pembahasan hasil yang akan ditulis di bab V, yaitu pembahasan.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang pembahasan dan analisis tentang pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dengan mengacu pada teori dan alur penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan terhadap analisa yang dibuat dan saran atas hasil yang telah dicapai untuk direkomendasikan pada objek penelitian. Kemudian, pada bab ini juga berisi tentang rekomendasi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian yang telah dilakukan ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

