

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor industri diperkirakan dapat memimpin sektor lain, lebih menguntungkan, dan menghasilkan komoditas dengan nilai tambah yang lebih baik dibandingkan dengan yang dihasilkan oleh industri lain. Pasalnya, sektor industri menawarkan berbagai macam produk dengan keuntungan marjinal yang tinggi bagi penggunanya.¹

Usaha kecil dan menengah (UKM) mempunyai peranan penting bagi pembangunan perekonomian nasional karena selain menciptakan lapangan kerja dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, mereka juga membantu menyebarkan hasil kesejahteraan. Selama krisis ekonomi yang terjadi baru-baru ini di Negara kita, ketika beberapa perusahaan berskala besar menghadapi kesulitan hingga harus berhenti beroperasi, sektor kecil dan menengah menunjukkan ketahanan yang lebih besar dalam

¹ Witri Januarista., “Strategi Pengembangan Industri Kecil Bakso Di Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk” Dalam Jurnal Magister Agribisnis, Vol.20, No.1 (2020)

menghadapi krisis ini. Mengingat pengalaman Indonesia selama krisis ini, tidak berlebihan jika dikatakan bahwa pengembangan sektor swasta harus dikonsentrasikan pada UKM. Selain itu, sektor usaha ini juga sering diabaikan karena produksinya masih dalam skala kecil dan belum mampu menyaingi sektor usaha lainnya.

Anggaran yang solid diperlukan agar pengembangan bisnis dapat berjalan dengan baik. Karena perencanaan, pengorganisasian, pengalihan, dan pengaturan merupakan tanggung jawab manajemen yang termasuk dalam proses penyusunan anggaran. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Meliani (2016) yang mengatakan bahwa suatu bisnis akan menghadapi tantangan dalam menjalankan operasional jika tidak membuat anggaran.²

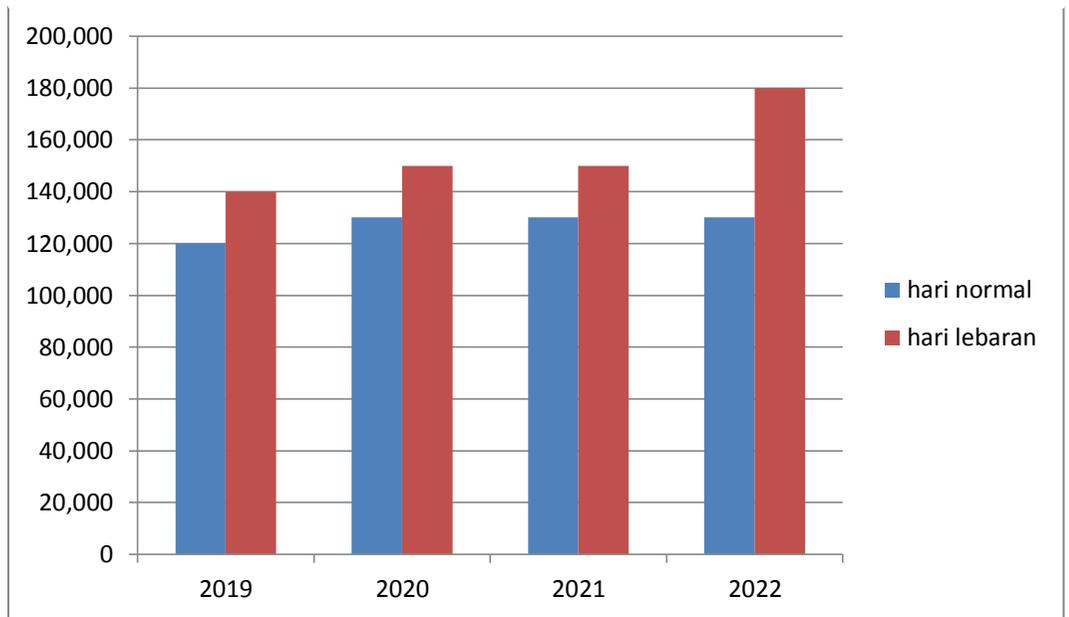
Bakso simas merupakan usaha yang bergerak di bidang industri makanan. Selain menjual makanan, pengusaha ini memproduksi barang sendiri, bisnis ini telah berjalan kurang lebih sepuluh tahun, dan tidak mudah untuk tumbuh dan berkembang. Jika dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis, pengusaha

² Devi Agustin, "Penyusunan Dan Pelaksanaan Anggaran Dalam Konteks Pengembangan Usaha (Studi Pada Bakso Dan Mie Ayam Mas Hadi Asli Solo" Dalam Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, Vol.12, No.1 (2021)

bakso siemas ini memiliki keunggulan yaitu konsisten menjaga kualitas produknya.

Dengan mengolah produk daging menjadi bakso yang mempunyai nilai lebih dan kegunaan lebih besar, produk pertenakan dimanfaatkan dalam usaha bakso siemas ini. Bakso terbuat dari kombinasi daging, tepung, dan bumbu yang dimasak dan diekstruksi. Untuk mulai membuat bakso, giling daging terlebih dahulu hingga sangat halus. Kemudian dengan menggunakan peralatan tertentu, campurkan daging, tepung, dan bumbu hingga membentuk adonan yang sangat halus dan rata. Selanjutnya adonan dibentuk bulat dan dimasak dengan cara direbus. Bakso yang enak bisa dibuat tanpa menggunakan bahan kimia apapun. Salah satu pengusaha kecil yang membuat bakso dan memasarkannya dengan menggunakan gerobak keliling sambil menetap di ruko adalah bakso siemas yang terletak di kecamatan Gerogol kelurahan Gerem.

Gambar 1. 1 Harga daging sapi perkilogram pada hari normal dan hari lebaran di kota cilegon tahun 2019-2022.



Pada tahun 2019 harga daging sapi perkilogram di Cilegon pada hari normal berada pada harga Rp.120.000 dan pada saat hari lebaran harganya terjadi peningkatan sebesar Rp. 140.000. pada tahun 2020 harga daging sapi di hari normal meningkat dari tahun sebelumnya dengan harga Rp. 130.000 dan pada saat hari lebaran harganya terjadi peningkatan sebesar Rp. 150.000. pada tahun 2021 harga daging sapi tidak terjadi peningkatan melainkan harganya stabil seperti tahun sebelumnya di hari normal dengan harga Rp. 130.000 dan di hari lebaran dengan harga Rp. 150.000. pada tahun 2022 harga di hari normal masih stabil dengan tahun sebelumnya di

harga Rp. 130.000 namun di hari lebaran harga daging sapi terjadi peningkatan terbesar hingga harga Rp. 180.000 untuk 1 kilogram harga daging sapi.

Tidak mudah bagi pengusaha kecil untuk berhasil dalam pasar yang kompetitif karena mereka harus mengambil langkah-langkah unik untuk membedakan diri mereka dari para pesaing. Tidak hanya lebih baik dari segi kualitas barangnya tetapi juga lebih terjangkau. Oleh karena itu, agar pengusaha bakso dapat bertahan diperlukan strategi bisnis.

Saat ini terdapat perbedaan teknis dalam pengelolaan dan pemasaran akibat meningkatnya harga daging sapi dan bahan-bahan yang dibutuhkan untuk membuat bakso seperti tepung dan bumbu, terlebih lagi pada saat hari lebaran semua kebutuhan pangan naik drastis baik itu dari tepung, bumbu, bahkan daging sapi yang melambung tinggi dari harga Rp. 130.000. per kilo ketika lebaran harganya mencapai Rp.180.000 per kilo. Karena melambung tinggi harga daging sapi dan harga-harga lainnya saat lebaran membuat para pedagang makanan tidak membuka usahanya terlebih karena lebaran pedagang banyak yang mudik ke kampung halaman sehingga pedagang makanan pada saat lebaran bisa dibilang sepi.

Karena hal itu membuat pengusaha bakso simas melihat peluang bahwa para pesaing tidak membuka usaha namun para pelanggan justru tambah meningkat. Sehingga karena adanya peluang pengusaha bakso simas memikirkan cara-cara atau strategi yang di lakukan supaya hasil dari penjualan tetap mendapatkan keuntungan dan mencukupi permintaan pembelian. Setelah di bandingkan dengan pendapatan pada hari biasa dengan hari lebaran, keuntungannya bila hari biasa mencapai 100% maka keuntungan di hari lebaran bisa mencapai 300% bahkan bisa mendapatkan keuntungan yang lebih dari pada itu.

Kenaikan harga daging sapi selama lebaran dapat menjadi tantangan besar bagi pengusaha bakso, tetapi ada beberapa strategi bisnis yang dapat membantu mereka menghadapi situasi ini. Berikut ini ada beberapa strategi yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan besar hingga UMKM. Pembagian strategi yang paling terkenal dan banyak di implementasikan oleh analis bisnis adalah konsep Igor Ansoff sebagai berikut:

1. Pengembangan produk

Segala tahap yang bertujuan untuk mengembangkan produk dari sebuah konsep atau ide sesuai dengan selera pasar.

manfaatnya ialah kemudahan perusahaan dalam memanfaatkan sekaligus mempertahankan pelanggan yang ada alih-alih membentuk segmen pasar baru. Selain itu dengan produk yang berkualitas dapat mengakuisisi lebih banyak pelanggan, menarik lebih banyak *leads*, meningkatkan *conversion rate*, serta memiliki peluang besar untuk menciptakan *brand loyalty* dan nilai manfaat bagi pelanggan.

2. Pengembangan pasar

Pengembangan pasar adalah memperkenalkan layanan atau produk yang sudah ada ke segmen pasar baru. Seperti demografi, kebutuhan atau permintaan pelanggan, gaya hidup, keminatan, dan preferensi pelanggan baru atau dengan meningkatkan penjualan.

3. *Divertification*

Strategi *divertification* adalah upaya suatu brand menumbuhkan bisnisnya dengan mengembangkan dan memasarkan produk baru ke segmen pasar baru atau area di mana perusahaan tidak memiliki riwayat penjualan sebelumnya.

4. Penetrasi pasar

Penetrasi pasar adalah dimana brand bisnis bisa memperoleh pangsa pasar yang lebih luas dan meningkatkan basis pelanggannya tanpa mengubah bentuk asli produk atau layanannya. Melainkan dengan metode-metode yang menguntungkan pelanggan, seperti diskon harga, bonus, dan lain-lain.³

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana terkait strategi bisnis yang harus diterapkan oleh pengusaha bakso dalam menghadapi kenaikan harga daging sapi saat lebaran, selain itu, penelitian ini dirangkum dalam sebuah skripsi yang berjudul **“STRATEGI BISNIS PENGUSAHA BAKSO DALAM MENGHADAPI KENAIKAN HARGA DAGING SAPI PADA SAAT LEBARAN (STUDI KASUS BAKSO SIMAS CILEGON)”**

³ Astri Rumondang Banjarnahor, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2023), H. 67-68

B. Batasan Masalah

Penulis membatasi penelitian ini pada permasalahan yang berkaitan dengan strategi bisnis bagi pengusaha bakso dalam menghadapi kenaikan harga daging sapi saat lebaran yang mungkin akan berdampak pada usaha bakso siemas agar lebih fokus, terarah dan sesuai dengan tujuan utamanya.

C. Perumusan Masalah

Dengan memperhatikan uraian yang telah disebutkan sebelumnya maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

Bagaimana strategi bisnis yang dilakukan oleh pengusaha bisnis bakso dalam menghadapi naiknya harga daging sapi saat lebaran ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu berdasarkan rumusan masalah diatas, adalah :

Untuk mengetahui strategi bisnis yang dilakukan oleh pengusaha bisnis bakso dalam menghadapi naiknya harga daging sapi saat lebaran?

E. Manfaat /Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkannya hasil penelitian ini dapat menjadi sumber berharga untuk penelitian di masa depan dan memberikan wawasan mengenai produk dan metode penetapan harga untuk mengelola kenaikan harga daging sapi selama lebaran.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan:

- a. Diharapkannya hasil penelitian ini dapat menjadi informasi yang berguna bagi mahasiswa jurusan ekonomi syariah, serta sebagai sumber bahan perbandingan, referensi, dan informasi untuk penelitian tambahan mengenai topik tersebut.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini menawarkan peluang bagus untuk mengeksplorasi ide-ide tentang kinerja perusahaan dan menerapkan teori pada pengalaman dunia nyata, khususnya di bidang produk dan strategi penetapan harga.
- c. Bagi pembaca, diharapkan dapat memanfaatkan temuan penelitian ini sebagai referensi dan juga dapat memberikan informasi kepada peneliti pemasaran lainnya.

- d. Bagi yang diteliti atau penjual bakso, hasil temuan ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan, sehingga memungkinkan mereka memaksimalkan pendapatan dari strategi yang mereka pilih.

F. Kerangka Pemikiran

Uraian yang memperjelas hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain dalam bentuk suatu pengertian disebut kerangka pemikiran. Menurut Sugiyono, mengartikan kerangka pemikiran sebagai model konseptual yang menggambarkan hubungan antara teori dan berbagai aspek yang telah diakui sebagai persoalan penting.⁴ Penelitian ini menyajikan kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1. 2 kerangka pemikiran

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), H. 60.

Variabel penelitian adalah suatu atribut dan sifat atau nilai orang, faktor, perlakuan terhadap obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan telaah pustaka maka variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi sebab munculnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat).⁵ Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah strategi bisnis (X).

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas. ⁶Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) adalah kenaikan harga daging sapi pada saat lebaran.

⁵ Sandu Siyoto, M Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), H.50-52

⁶ Ibid.

G. Sistematika Pembahasan

Dengan pembahasan dan penelitian skripsi yang berjudul “Strategi Bisnis Pengusaha Bakso Dalam Menghadapi Kenaikan Harga Daging Sapi Pada Saat Lebaran (Studi Kasus Bakso Simas Cilegon)” Penelitian ini akan disusun secara sistematis. Untuk memastikan bahwa dalam penelitian ini mencapai hasil yang diinginkan. Lima bab membentuk penulisan sistematis, yang masing-masing membahas topik berbeda namun terkait. Secara rinci pembahasan setiap bab adalah:

Pada bab pertama pendahuluan. Dalam bab ini peneliti menyajikan gambaran umum pola pikir seluruh isi yang ada di dalam skripsi. Diantaranya peneliti menguraikan tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, perumusan masalah serta tujuan penelitian, manfaat dilakukannya penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, kemudian dilanjutkan dengan menyajikan sistematika pembahasan penelitian.

Pada bab kedua landasan teori. Dalam bab ini peneliti memaparkan penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan tentang strategi bisnis yang terdiri dari kerangka teoritis, penelitian

terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis berdasarkan variabel-variabel yang dianggap relevan.

Pada bab ketiga metodologi penelitian. Dalam bab ini peneliti menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan, yang diantaranya terdiri dari tempat dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Pada bab keempat hasil penelitian dan pembahasan. Dalam bab ini membahas tentang data atau hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini akan dijelaskan tentang deskriptif objek penelitian, analisis data serta pembahasannya.

Pada bab kelima penutup. Pada bab ini akan dijelaskan tentang kesimpulan dari hasil pembahasan dan analisis data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya serta saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan penelitian selanjutnya serta pihak-pihak yang terkait lainnya.