

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

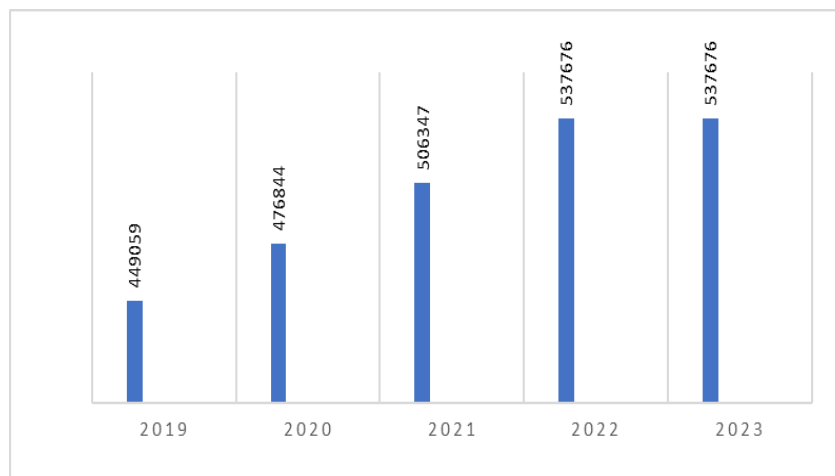
Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak ekonomi dengan kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dan memiliki peranan penting dalam perekonomian, karena sering kali menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi lokal, distribusi pendapatan dan agen perubahan sosial. Sering kali menjadi tempat bagi inovasi dan kreativitas baru dalam bisnis. Karena perannya yang sangat penting, banyak negara memiliki kebijakan dan program khusus untuk mendukung perkembangan UMKM. Kegiatan ekonomi adalah suatu usaha untuk meningkatkan daya dan taraf hidup masyarakat dengan semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi, maka kebutuhan masyarakat akan terpenuhi. Kegiatan ekonomi tertuju pada semua *aktivitas* yang terkait dengan produksi, distribusi, konsumsi barang dan jasa dalam suatu masyarakat. Kegiatan ekonomi memiliki berbagai aspek kehidupan ekonomi suatu negara dan wilayah.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat mendorong pertumbuhan ekonomi untuk masyarakat menengah ke bawah. Masyarakat dituntut agar dapat mengembangkan kemampuan dan potensi yang dimiliki. Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup agar menjadi sejahtera, masyarakat yang mempunyai kemampuan dan jeli terhadap potensi diri serta mampu mengidentifikasi lingkungan dapat menemukan peluang dan membuka peluang usaha untuk masyarakat. Dengan adanya peluang usaha tersebut, diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar menjadi lebih baik.

Keberadaan Usaha Kecil dan Menengah merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan perekonomian. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama ini dapat terbukti sebagai pengaman dimasa kritis, melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan nilai tambah untuk keberhasilan meningkatkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di masyarakat. Pemerintah Indonesia menetapkan peraturan dasar bagi Usaha Menengah Kecil dan Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha yang dijalankan oleh perorangan, rumah tangga, atau badan usaha kecil (Leckel, dkk., 2020:153).

Sedangkan usaha yang tidak termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dikategorikan usaha besar, yaitu usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan kekayaan bersih atau pendapatan penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi badan usaha milik negara atau swasta nasional, usaha, dan bisnis asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang dilakukan oleh masyarakat yang berperan untuk mewujudkan stabilitas ekonomi nasional serta dapat meningkatkan pendapatan dan pemerataan ekonomi bagi masyarakat maupun kegiatan usaha dapat memperluas dan meratakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat (Auliya dan Arif, 2021:10)

Pada tahun 2023, data terbaru menunjukkan jumlah terbesar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah Jawa, terutama Jawa Barat dan Jawa Timur. Jawa merupakan pulau terpadat di Indonesia dan memiliki pusat-pusat ekonomi yang kuat, seperti Jakarta sebagai ibu kota negara, Bandung di Jawa Barat, dan Surabaya di Jawa Timur. Kota Bogor/Kabupaten Bogor adalah satu wilayah Bukan hanya terkenal dengan keindahan alamnya, tetapi juga memiliki banyak UMKM yang berkembang.



**Gambar 1.1. Jumlah UMKM Kabupaten Bogor**

Sumber: Opendata.jabar (2023)

Dataset di atas berisi hasil data proyeksi jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berdasarkan Kabupaten Bogor Jawa Barat dari tahun 2019 hingga 2023 jumlah UMKM selalu meningkat dari tahun ke tahun. Berkembangnya UMKM merujuk pada pertumbuhan dan perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah baik dari segi skala bisnis, pendapatan, inovasi, maupun kontribusi terhadap ekonomi. Terdapat banyak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) salah satunya Usaha Sembako yang biasanya sering menjadi pusat kegiatan ekonomi di daerah setempat.

Salah satu Toko Sembako Ibu Halimah yang berdiri sejak lima belas tahun lalu yakni tanggal 27 Juni 2009 yang berlokasi di Jl.Veteran III Raya Tapos Kp. Pondok Menteng rt 01 rw 04 Desa Citapen Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor. produk yang dijual toko ini merupakan kebutuhan pokok sehari-hari seperti beras, telur, minyak, gas, dan berbagai produk lainnya. Semakin banyak pilihan toko sembako yang dikunjungi oleh masyarakat dengan demikian persaingan usaha semakin kompetitif. Berikut Kompetitor Unit Usaha Toko Sembako Pondok Menteng serta beberapa perbandingan harga produk yang dipasarkan.

**Tabel 1.1. Kompetitor Unit Usaha dan Perbandingan Omset**

No	Unit Usaha Sembako	Omset/bulan	Laba Bersih	Persentase
	Toko Sembako Ibu Halimah	Rp.24.000.000	Rp.2.400.000	10%
1	Toko Sembako Ibu Hindun	Rp.15.000.000	Rp.1.350.000	9%
2	Toko Sembako Ibu Yati	Rp.12.000.000	Rp.1.200.000	9%
3	Toko Sembako Ibu Nyai	Rp.18.000.000	Rp.1.800.000	10%
4	Toko Sembako Ibu Dian	Rp.21.000.000	Rp.2.100.000	10%
5	Toko Sembako Ibu Nendah	Rp.12.000.000	Rp.960.000	8%
6	Toko Sembako Ibu Biah	Rp.10.000.000	Rp.800.000	8%

Sumber: Toko Sembako Pondok Menteng, Data Diolah (2024)

Tabel 1.1 di atas memperlihatkan bahwa jumlah Usaha sembako yang ada di kawasan Pondok Menteng terdapat 6 Kompetitor serta perbandingan Omset Bulanan. Salah satu omset tertinggi terdapat di Toko Ibu Halimah dengan omset per satu bulan mencapai Rp.24.000.000 memperoleh keuntungan Rp.2.400.000 dengan persentase 10% dikarenakan produk yang laku dipasarkan yaitu beras, tabung gas, serta Rokok yang relatif keuntungannya lebih besar per item nya sehingga omset setiap toko dengan rata-rata 9% mendapatkan laba bersih/keuntungan. Guna memenangkan persaingan bisnis sembako tersebut, maka Toko Sembako terus melakukan berbagai upaya baik yang berhubungan dengan produk, Harga maupun pelayanan yang dilakukan. Harapannya konsumen Toko Sembako merasa puas dan selalu melakukan pembelian produk secara berulang (*repeat order*).

Adapun beberapa strategi yang sudah dijalankan Toko Sembako selama ini antara lain menjaga kualitas produk serta harga yang kompetitif, Strategi lainnya yang dilakukan Toko Sembako dengan melakukan pelayanan yang baik serta ketangguhan dalam melayani konsumen. Dengan demikian, Toko Sembako telah melakukan

banyak hal yang sehubungan dengan produk, pelayanan, harga yang kompetitif dan juga berbagai proses yang berlangsung di Toko Sembako, namun hasil masih belum maksimal. Masih terdapat permasalahan dari kacamata konsumen diantaranya dari segi variasi produk, Jam operasional toko kurang efektif, terdapat beberapa komplain mengenai variasi produk yang kurang lengkap. Hal ini perlu adanya strategi yang bisa memperbaiki segala kekurangan yang ada di Toko Sembako tersebut.

Salah satu upaya untuk menyelesaikan permasalahan untuk menaikkan angka penjualan dimasa datang, maka penulis merasa perlu melakukan penelitian di Toko Sembako berkaitan dengan pengembangan strategi usahanya dalam Business Model Canvas baru yang akan mendatang. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas, saya menentukan judul penelitian yaitu “**Analisis Strategi Pengembangan UMKM Toko Sembako Pondok Menteng**”

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan di lapangan, maka beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Ketatnya Persaingan Toko Sembako dilingkungan setempat
2. Variasi produk yang kurang lengkap
3. Jam Operasional yang kurang efektif
4. Kurangnya penggunaan teknologi, seperti sistem kasir modern atau e-commerce, membuat toko sembako kalah bersaing dengan toko yang lebih modern.

## **1.3. Pembatasan Masalah**

Hasil identifikasi masalah yang ada di Toko Sembako Pondok Menteng menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada Pengembangan Bisnis serta mengidentifikasi Faktor Internal dan Eksternal yang terdapat pada Toko Sembako Pondok Menteng.

#### **1.4. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian singkat pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apa saja faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki UMKM Toko Sembako
2. Apa saja faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi Toko Sembako
3. Strategi apa saja yang dapat dirumuskan oleh UMKM Toko Sembako
4. Bagaimana rancangan strategi bisnis Toko Sembako dengan menggunakan Business Model Canvas yang akan datang sebagai bahan rekomendasi bagi pihak Pengelola Toko Sembako?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki toko sembako
2. Mengidentifikasi faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi toko sembako
3. Merumuskan alternatif strategi UMKM toko sembako.
4. Menganalisis strategi bisnis Toko Sembako menggunakan Business Model Canvas (BMC).

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khususnya tentang Strategi Pengembangan Toko Sembako
2. Bagi Peneliti  
Sebagai referensi dan bahan pertimbangan khususnya untuk pengembangan ilmu pengetahuan secara teori serta menambah pengalaman
3. Bagi Toko Sembako  
Hasil penelitian ini dapat digunakan menjadi sumber referensi bagi (owner) Toko Sembako di masa yang akan datang dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis khususnya yang berhubungan dengan manajemen strategi dalam bisnis UMKM Sembako.

## **1.7. Sistematika Penelitian**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi pada skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika sebagai berikut :

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

### **BAB 11 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan tentang manajemen strategi, pengertian strategi, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, metode analisis.

### **BAB 111 METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, metode analisis.

### **BAB 1V HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan kondisi internal dan eksternal UMKM Toko Sembako di Kecamatan Ciawi Desa Citapen Kp.Pondok Menteng

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran yang berisi masukan untuk pihak objek penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini