

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro merupakan kegiatan ekonomi yang dapat menghasilkan barang atau jasa yang layak secara komersial. Fundamental perekonomian indonesia yang masih belum kokoh, mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan usaha mikro sektor ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi usaha mikro untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*). Usaha mikro juga merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keterampilan, serta penggunaan modal usaha yang relatif sedikit dan teknologi yang digunakan cenderung sederhana.

Usaha mikro dengan modal yang relatif kecil, minim tenaga kerja dan bentuknya yang ramping merupakan beberapa faktor penyebabnya. Tenaga kerja yang diperlukan oleh industri kecil tidak menuntut pendidikan formal yang tinggi. Sebagian besar tenaga kerja yang diperlukan didasarkan atas pengalaman.

Berdasarkan peran dan kontribusi Usaha mikro yang sangat besar, dan dengan terus meningkatnya jumlah penduduk ternyata dapat menarik minat banyak pihak untuk terjun dalam usaha mikro tersebut, sehingganya peluang berkembangnya suatu Usaha mikro semakin terbuka lebar. Hal ini juga tentu membuat persaingan dunia usaha akan semakin ketat. Persaingan yang semakin

ketat tersebut, akan berdampak pada kinerja usaha mikro. Maka dari itu para pelaku usaha harus merumuskan berbagai macam strategi agar dapat bersaing guna mempertahankan usahanya.

Strategi yang perlu di kembangkan oleh usaha mikro tentu harus melalui perencanaan agar bisa meningkatkan daya saing antar umkm dan penjualan bisa berjalan stabil dan meningkat. Dalam penelitian ini peningkatan strategi usaha mikro makanan dan minuman harus benar benar memperhatikan karakteristik produk yang dipasarkannya, pelaku usaha harus mengutamakan kualitas produk untuk memenuhi tuntutan konsumen yang semakin berkembang di masyarakat. Dalam konteks itulah pelaku usaha makanan dan minuman untuk dapat meningkatkan daya saing, para pelaku usaha harus mampu menyusun perencanaan strategi bisnis yang tepat.

Salah satu alat analisis dasar dalam perencanaan adalah dengan menggunakan metode SWOT. Metode SWOT menganalisis internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) serta analisis eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*Threats*). SWOT merupakan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melakukan strategi.

Analisis SWOT dilakukan dengan tujuan untuk mengenali tingkat kesiapan setiap fungsi dari keseluruhan setiap usaha yang diperlukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Berhubung tingkat kesiapan fungsi ditentukan oleh tingkat kesiapan masing-masing faktor yang terlibat dari setiap fungsi, maka analisis SWOT dilakukan terhadap keseluruhan faktor dalam setiap fungsi, baik faktor internal maupun eksternal. Agar dalam melakukan analisis bisnis pelaku bisnis dapat mengidentifikasi masalah dan faktor-faktor yang mempengaruhi serta

menemukan solusinya.

Masing-masing pelaku usaha pasti menghadapi berbagai hambatan dan tantangan dalam pelaksanaan usahanya, diantaranya modal usaha , berkurangnya pengunjung, resiko ketika produk tidak habis terjual. untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha makanan dan minuman bagi pelaku usaha tersebut diperlukan strategi peningkatan daya saing yang tepat dengan menggunakan analisis SWOT.

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, bahwa analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treath*), merupakan sebuah analisis yang menilai lingkungan internal perusahaan *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan), serta lingkungan eksternal *Opportunity* (peluang) dan *Treath* (ancaman). Hasil penilaian tersebut akan didapatkan informasi seputar perusahaan, dan dengan informasi tersebut perusahaan akan dapat membuat strategi yang tepat guna, untuk memenangkan persaingan.

Wisata Ranu Grati merupakan danau kecil yang terletak di diantara 3 desa di Kecamatan Grati, yaitu Desa Sumberdawesari, Desa Ranuklindungan, dan Desa Gratitunon, Pasuruan, Jawa Timur. Danau yang lokasinya berada di tengah-tengah pemukiman warga ini memiliki luas sekitar 1.085 hektare dan dianggap sebagai satu-satunya danau yang berada di dataran rendah Jawa Timur.

Gambar 1 Wisata Ranu Grati



Sumber: Peneliti (2023)

Sebagai tempat rekreasi, ada banyak fasilitas bisa dinikmati antara lain becak air atau sepeda air, bahkan perahu untuk berkeliling area danau. Beberapa anjungan apung di tepian danau juga bisa menjadi pilihan bersantai sembari memancing. Tidak heran jika disekitar wisata Ranu Grati ini banyak pelaku usaha yang memanfaatkan peluang yang ada. Pelaku UMKM diantaranya adalah penjual makanan dan minuman seperti bakso, warung nasi, nasi soto, es oyen dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil survey pra observasi yang di lakukan oleh peneliti, didapati bahwa pada usaha mikro makanan dan minuman di wisata ranuklindungan pada hari minggu tanggal 22 Januari 2023, wisata ranu klindungan nampak cukup ramai pengunjung dan pelaku usaha juga nampak cukup ramai pembeli, dilihat dari omset perbulan pelaku usaha makanan dan minuman rata-rata 150.000 s/d 1.000.000 per hari.

Tabel 1 Data Umkm Wisata Ranuklindungan

Makanan		Minuman	
Jenis	Rata-rata Pendapatan	Jenis	Rata-rata Pendapatan
Bakso	1.000.000/hari	Es teh	1.500.000/hari
Soto	1.000.000/hari	Es oyen	300.000/hari
Warung nasi pecel	150.000/hari	Es dawet	200.000/hari
Rumah makan padang	500.000/hari		
Mie ayam	1.000.000/hari		

Sumber: Hasil Pra Observasi (2023)

Keberadaan usaha mikro ini sangat penting bagi wisatawan sehingga memudahkan wisatawan untuk membeli makanan ataupun minuman. Pedagang juga mementingkan kepuasan pelanggan dalam membeli produknya sehingga pedagang menggunakan berbagai macam strategi, strategi usaha mikro yang harus digunakan dalam usahanya yaitu strategi pengembangan daya saing melalui analisis SWOT pada usahanya.

Tingginya pengunjung ternyata tidak menjadi alasan bagi para pelaku usaha untuk menggunakan pilihan strategi demi melihat potensial usaha mikro yang sedang diminati oleh pengunjung sehingga mereka mampu bersaing secara efektif atau mengeluarkan produk baru mereka yang lebih memuaskan kebutuhan konsumen mereka di bandingkan dengan produk sejenis di pasar.

Tak lepas dari itu setiap pengolahan usaha juga harus mampu menganalisis setiap kondisi yang dapat mempengaruhi usahanya seperti keunggulan apa yang di miliki, apa yang dapat di manfaatkan serta apa yang menjadi penghambat. kondisi apa yang menjadi penghambat. Kondisi ini menurut pengolah usaha untuk

mampu mengembangkan usaha ini menjadi besar maju dan menguntungkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana perencanaan yang baik untuk pelaku usaha mikro makanan dan minuman di daerah lingkungan penulis. Maka dari itu penulis ingin meneliti tentang "Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Makanan Dan Minuman Melalui Analisis SWOT Di Wisata Ranu Klindungan" dalam hal ini di harapkan bahwa pelaku usaha tersebut dapat berdaya saing untuk mempertahankan serta perkembangan berkelanjutan untuk usahanya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis membuat pertanyaan penelitian yaitu : “ Bagaimana implementasi analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Treaths*) pada usaha mikro di wisata Ranukkindungan?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui “Bagaimana implementasi analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Treaths*) pada usaha mikro di wisata Ranuklindungan”.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan bagi peneliti untuk memahami ilmu pengetahuan khususnya pengetahuan tentang manajemen strategis, khususnya SWOT dan juga sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, serta dapat

menjadi bahan pembandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang, khususnya penelitian mengenai analisis SWOT di lokasi yang berbedadapat menjadi bahan pembandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang, khususnya penelitian mengenai analisis SWOT di lokasi yang berberda.

2. Scara Praktis

Hasil penelitian di harapkan dapat berguna sebagai bahan masukan bagi para UMKM guna untuk mengetahui apakah usaha bisnis yang di jalankan sudah menggunakan analisis SWOT

