

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, sekarang para pengusaha bisnis harus dapat mengembangkan usaha supaya usaha yang dikelola dapat maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses. Pengembangan usaha yang baik di mulai dari diri sendiri meskipun menghadapi kendala dalam dunia bisnis, maka dari itu dibutuhkan strategi pengembangan usaha supaya usaha dapat bertahan lama.

Pengembangan perusahaan ditentukan dengan kemampuan membangun strategi. Karena strategi memaksa perusahaan untuk memandang masa depan dan berusaha membentuk masa depannya secara proaktif. Strategi membantu memberikan kesadaran tentang arah yang dituju perusahaan, menjaga kesinambungannya, serta memudahkan pendelegasian dan proses terjadinya kepemimpinan yang efektif.¹

Setiap perusahaan harus menggunakan strategi untuk mengembangkan usahanya. Tidak hanya perusahaan besar saja yang mempunyai manajemen strategi, perusahaan kecilpun sebaiknya dikelola dengan menggunakan manajemen strategis. Manajemen strategis merupakan sekumpulan keputusan dan tindakan yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan.² Dengan demikian manajemen strategis

¹ AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*, (Bandung: Erlangga, 2014), hlm. 11.

² Muhammad Suyanto, *Strategic Management Global Most Admired Companies*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007), hlm. 10.

melibatkan pengambilan keputusan berjangka panjang dan rumit serta berorientasi ke masa depan.

Dalam menjalankan dan mengendalikan strategi sesuai dengan rencana akan membantu mencapai tujuan suatu organisasi dalam bisnis, agar sesuai dengan perkembangan zaman yang berguna bagi pihak pengelola organisasi dalam mengatasi tantangan, hambatan dan peluang yang ada sehingga dapat menjalankan tugas suatu organisasi untuk mencapai hasil yang optimal.³

Perusahaan yang menghasilkan berbagai jenis produk, akan bersaing di berbagai tingkatan bisnis atau pasar. Dalam bisnis diperlukan menyusun strategi bisnis dalam mengembangkannya sehingga sesuai dengan misi, sasaran serta kebijakan perusahaan. Strategi bisnis biasanya dikembangkan dalam level divisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industri khusus atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut.⁴

Kegemaran akan kerupuk pada masa sekarang dapat dikatakan meningkat. Kegemaran masyarakat akan kerupuk tidak hanya kalangan ekonomi menengah kebawah tetapi juga kalangan ekonomi menengah keatas. Jadi dapat dikatakan kerupuk dikonsumsi oleh berbagai kalangan dan berbagai lapisan masyarakat. Kerupuk umumnya banyak dikonsumsi sebagai pelengkap makanan utama.

³ Nana Herdiana Abrurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 13.

⁴ Muhammad Suyanto, *Strategic...*, hlm. 107.

Salah satu perusahaan yang memproduksi kerupuk adalah perusahaan kerupuk Mirasa yang tujuan utamanya adalah mencapai sukses dalam usaha yang dijalankan. Dalam mencapai tujuan perusahaan selalu berpegang teguh untuk selalu memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan penelitian di pabrik kerupuk Mirasa Jl. Gunung Asih Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis bahwa perkembangan usaha selama enam tahun terakhir dari pengembangan produk, pendapatan, produksi yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1. Produk Mirasa Ciamis Dalam Enam Tahun.

Tahun	Produk	Jumlah Produksi
2014	1. Kerupuk Jengkol	-
2015	1. Kerupuk Jengkol 2. Makaroni	7.920 Pack
2016	1. Kerupuk Jengkol 2. Makaroni	8.640 Pack
2017	1. Kerupuk Jengkol 2. Makaroni	10.440 Pack
2018	1. Kerupuk Jengkol 2. Makaroni	12.600 Pack
2019	1. Kerupuk Jengkol 2. Kerupuk Jengkol Warna 3. Makaroni	20.160 Pack

Sumber data: Wawancara Mirasa Ciamis

Tabel 1.2. Pendapatan Mirasa Ciamis Dalam Lima Tahun.

Tahun	Pendapatan
2015	Rp. 255.600.000
2016	Rp. 277.200.000
2017	Rp. 334.800.000
2018	Rp. 405.000.000
2019	Rp. 594.000.000

Sumber data: Laporan pendapatan Mirasa Ciamis.

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa produk, pendapatan, produksi mengalami peningkatan, meskipun usaha Kerupuk Mirasa Ciamis terhitung usaha kecil dan mempunyai kelemahan namun usaha tersebut mampu mengembangkan usahanya dengan baik. Sehingga perlu diketahui strategi-strategi yang diterapkannya dalam mengembangkan usaha tersebut.⁵

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK MIRASA CIAMIS”**.

⁵ Hasil wawancara.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi kajian peneliti yaitu Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Mirasa Ciamis?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai jawaban atas rumusan masalah yang dipaparkan diatas yaitu untuk mengetahui Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Mirasa Ciamis.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman dalam merumuskan dan menjalankan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Mirasa Ciamis.
2. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi untuk mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Mirasa Ciamis.
3. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Mirasa Ciamis.