

BAB I

PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan manfaat penelitian.

1.1 Latar Belakang

Bambu merupakan jenis tanaman yang banyak tumbuh di Indonesia. Banyaknya tanaman ini sering dimanfaatkan untuk berbagai keperluan seperti bahan bangunan, kerajinan tangan, dan alat-alat (Saputra, 1995). Peluang ini dimanfaatkan oleh perusahaan untuk diolah menjadi sebuah produk. Produk yang dihasilkan akan selalu bersaing dari waktu ke waktu, sehingga perlu adanya manajemen strategi untuk mencapai produktivitas yang baik. Menurut Wignojosoebroto (2008) produktivitas merupakan hal penting yang berkaitan dengan sistem produksi yang dikelola untuk menghasilkan sebuah produk secara efektif dan efisien dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

UD Bambu Jaya Mandiri merupakan industri yang mengelola bambu untuk dijadikan tusuk sate, yang terletak di Desa Sidowarek Kecamatan Ngoro Kabupaten Jombang. Industri ini menerapkan strategi *make to order* yang dimana pembuatan tusuk sate berdasarkan pemesanan dari distributor terlebih dahulu. Pemasaran Industri ini tidak hanya memenuhi kebutuhan tusuk sate di Kota Jombang saja, melainkan ke berbagai kota juga di Jawa Timur. Melihat peluang yang besar ini, pemilik ingin mengekspansi pemasaran tusuk sate ini sampai ke luar Jawa Timur bahkan sampai ke luar pulau.

Hasil pengamatan di UD Bambu Jaya Mandiri terdapat permasalahan terkait penjualannya yang mengalami fluktuatif. Industri ini memanfaatkan tim penjualan untuk memasarkan tusuk sate nya, sehingga omset nya bergantung dari tim penjualannya. Sementara itu, salah satu kompetitor utama lebih besar yaitu Nawwafhuda Bamboo sebagai kompetitor penguasa pasar Indonesia dengan omset yang jauh lebih besar jika dibandingkan dengan UD Bambu Jaya Mandiri, yang perusahaannya terletak di Jl. Raya Karawangen Desa Karawangen Kecamatan

Karawangen Kabupaten Demak. Berikut data penjualan satu tahun terakhir di UD Bambu Jaya Mandiri dan Nawwafhuda Bamboo:

Tabel 1.1 Data penjualan satu tahun terakhir UD Bambu Jaya Mandiri dan Nawwafhuda Bamboo

No	Bulan		Penjualan (kg)	Penjualan Kompetitor (kg)
	2022	2023		
1	Oktober		16845	38745
2	November		18536	37965
3	Desember		19528	40154
4		Januari	17458	39085
5		Februari	16964	39754
6		Maret	19533	40254
7		April	20643	41875
8		Mei	18542	40243
9		Juni	21223	42432
10		Juli	18346	40754
11		Agustus	17843	39623
12		September	16789	37236

Sumber: Pemilik perusahaan

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan data penjualan pada Oktober sampai Desember mengalami kenaikan, sedangkan pada bulan Januari mengalami penurunan sampai bulan Februari, dan di bulan berikutnya omset penjualan mengalami fluktuasi. Penjualan terbesar ada di bulan Juni dan penjualan terendah ada di bulan September, jika dibandingkan dengan data penjualan kompetitor dapat dilihat bahwa penjualan UD Bambu Jaya Mandiri cenderung kecil, faktor penyebabnya yaitu kurangnya strategi yang baik di UD Bambu Jaya Mandiri, sehingga diambil kesimpulan bahwa perlu adanya perbaikan strategi dengan harapan omset cenderung stabil bahkan naik dari bulan ke bulan dan mampu bersaing dengan kompetitor. Perumusan strategi bisnis UD Bambu Jaya Mandiri merupakan solusi bagi pemilik usaha untuk tetap bisa bertahan bahkan berkembang lebih baik lagi. Model strategi yang digunakan yaitu model Fred R. David yang mana strategi ini mempunyai tiga tahap. Tahap pertama masukan, tahap kedua pencocokan, dan tahap ketiga pengambilan keputusan. Keunggulan metode ini yaitu mampu memberikan solusi strategi yang baik seiring berjalannya waktu yang sesuai dengan kondisi perusahaan dalam jangka pendek, menengah, dan jangka panjang. Berdasarkan latar belakang diatas penulis melakukan penelitian yang

berjudul: “Perumusan Strategi Bisnis UD Bambu Jaya Mandiri dengan Pendekatan SWOT + QSPM”

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis faktor lingkungan internal dan eksternal di UD Bambu Jaya Mandiri?
2. Bagaimana analisis pemilihan strategi yang tepat di UD Bambu Jaya Mandiri?
3. Bagaimana penetapan strategi terbaik di UD Bambu Jaya Mandiri?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa faktor internal dan eksternal di UD Bambu Jaya Mandiri.
2. Untuk menganalisa pemilihan strategi yang tepat di UD Bambu Jaya Mandiri.
3. Untuk menganalisa penetapan strategi terbaik di UD Bambu Jaya Mandiri

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, batasan masalah pada penelitian ini yaitu dilakukan penelitian yang memfokuskan pada perumusan strategi bisnis yang berpotensi meningkatkan omset perusahaan dan mampu bersaing dengan kompetitor.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian pada penelitian ini yaitu manfaat secara teoritis dan secara praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi informasi dan wawasan mengenai manajemen strategi.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi owner UD Bambu Jaya Mandiri untuk membantu peningkatan omset.