

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 1.1 Trademark UD. Mutiara Barokah

Sumber: data internal UD. Mutiara Barokah (2024)

UD. Mutiara Barokah adalah perusahaan yang sudah berdiri lebih dari 20 tahun yang terletak di Surabaya, Jawa Timur. UD. Mutiara Barokah memproduksi bahan baku pedagang kebab seperti daging kebab dan roti tortilla, memasak bahan baku kebab, selain itu juga menjual lebih dari 40 macam produk *frozen food*.



Gambar 1.2 Produk UD. Mutiara Barokah

Sumber: Instagram UD. Mutiara Barokah (2024)

UD. Mutiara Barokah didirikan oleh Hasan Muhammad Baraja pada tahun 2003 di Surabaya, Hasan muhammad Baraja mendirikan bisnisnya sendiri setelah sebelumnya bekerja dalam Perusahaan yang berada dalam industri produksi bahan baku kebab. Bisnis ini didirikannya dengan visi dan misi untuk mengenalkan industri kebab di Jawa Timur.

Pada tahun 2004 UD. Mutiara Barokah memulai Kerjasama dengan seorang pengusaha. pada tahun 2005 UD. Mutiara Barokah bekerjasama dengan pengusaha yang sama untuk menjadi pemasok bahan bahan baku kebab sebuah waralaba kebab di Indonesia, hingga saat ini UD. Mutiara Barokah masih menjadi pemasok utama waralaba tersebut.

Selain menjadi pemasok sebuah waralaba, UD. Mutiara Barokah juga memasarkan produknya melalui sosial media Instagram dan menjual produknya melalui Whatsapp dan *E-Commerce* seperti shopee dan Tokopedia. UD. Mutiara Barokah juga memiliki toko offline yang buka dari jam 4.30 – 10.00 malam.

Saat ini UD. Mutiara Barokah sudah memiliki pelanggan yang tersebar di seluruh Indonesia, seperti yang diperlihatkan dalam tabel berikut:

Table 1.1 persebaran pelanggan UD. Mutiara Barokah

No	Pulau	Keterangan
1	Jawa	
2	Sumatra	Lampung sampai medan
3	Sulawesi	Makasar & Manado
4	Kalimantan	Banjarmasin, Balikpapan, & Samarinda
5	Papua	Sorong & Jayapura
6	Bali	
7	Lombok	
8	Nusa Tenggara Barat	
9	Nusa Tenggara Timur	

Sumber: hasil olahan penulis (2024)

Walaupun UD. Mutiara Barokah hanya memproduksi bahan baku kebab, mereka menjual berbagai macam produk *frozen food* selain dari bahan baku kebab, diantaranya adalah:

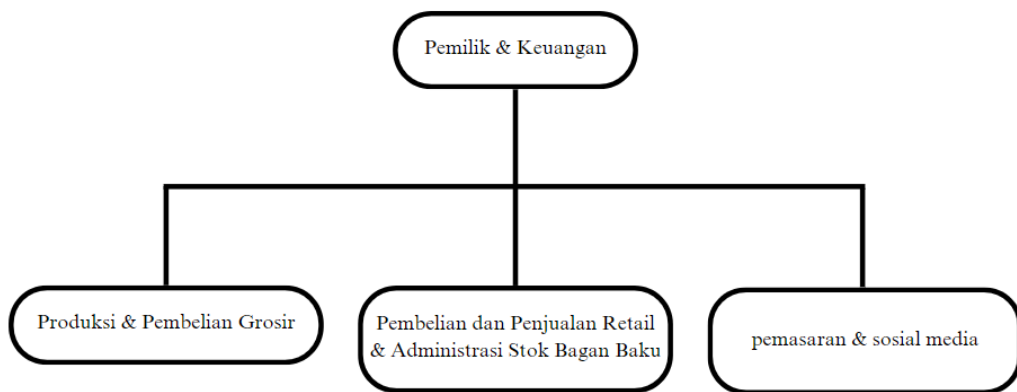
Table 1.2 Produk UD. Mutiara Barokah

Produk UD. Mutiara Barokah	
Daging kebab	Sei sapi
Roti tortilla	Bakso sapi
Kebab mini	Bakso goreng keju
Kebab turki mini	Pastel frozen food
Kroket isi daging	Samosa gule
Kroket kentang	Samosa kare
Tortilla mexicano	Samosa smoke beef
Mac & cheese	Samosa keju
Martabak telur daging frozen	Daging kofta
Cheese ball	Roti tamis + foul
Risoles mayo	Sosis solo
Onde – onde	Pizza mini
Donat kentang	Daging burger sapi
Kulit samosa sambosa	Siomay ayam
Roti Maryam	Siomay udang
Bakpao	Siomay sapi
Donat jumbo	Siomay bandung
Dough pizza	Siomay ikan
Mageli/lento	Ayam ungkep bumbu kuning
Lumpia mini frozen	Roti tamis
Kanape	Kacang foul
Roti pita syawarma	Roti burger
Tahu walik bakso	Pentol mercon
Tahu walik crispy	Pentol isi jamur

Sumber: hasil olahan penulis (2024)

UD. Mutiara Barokah memiliki rumah produksi yang terletak di Jl. Sidodadi No.101, RT.004/RW.09, Simolawang, Kec. Simokerto, Surabaya, Jawa Timur, 60144. Untuk mendukung seluruh kegiatan operasionalnya UD. Mutiara Barokah memiliki sekitar 40 karyawan, selain itu juga memiliki gerobak yang digunakan untuk membantu operasional toko offline.

UD. Mutiara Barokah memiliki struktur organisasi Perusahaan yang sederhana, Dimana terdapat beberapa orang yang memiliki lebih dari 1 tanggung jawab, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.3.



Gambar 1.3 Struktur Organisasi UD. Mutiara barokah

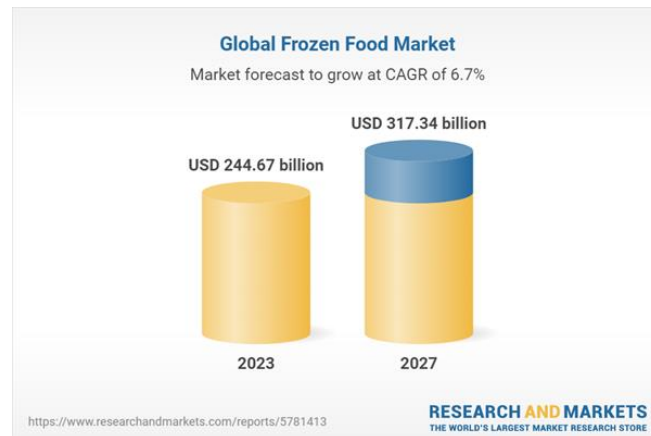
Sumber: Data internal UD. Mutiara Barokah (2024)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Industri makanan cepat saji seperti kebab dan *frozen food* telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Permintaan konsumen terhadap makanan praktis, cepat saji, dan siap saji telah mengubah bisnis kuliner. Di dalam industri ini, peran pedagang pemasok bahan baku kebab dan *frozen food* memiliki peran yang sangat penting. Seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen, pedagang pemasok bahan baku kebab dan *frozen food* menghadapi berbagai tantangan dan perubahan di pasar mereka. Pedagang pemasok bahan baku kebab dan *frozen food* harus terus berinovasi dalam industri yang terus

berkembang ini, akan tetapi belum ada evaluasi strategi yang dilakukan oleh UD. Mutiara Barokah sejak awal didirikannya yaitu lebih dari 20 tahun yang lalu.

Frozen food merupakan salah satu pilihan populer di kalangan masyarakat. Banyaknya pilihan dan mudahnya penyajian merupakan beberapa alasan kenapa *frozen food* sangat digemari dari berbagai kalangan dari ibu-ibu yang menginginkan kepraktisan hingga mahasiswa yang menginginkan kemudahan. *Frozen food* juga tidak hanya dijadikan lauk maknan ada juga yang dijadikan sebagai cemilan. Selain itu juga salah satu alasan *frozen food* sangat populer adalah karena *frozen food* memiliki berbagai macam varian pilihan dan juga banyaknya varian baru yang terus bermunculan, *frozen food* juga tahan lama dan tidak cepat basi sehingga dapat disimpan untuk waktu yang lama. Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (ARPI) menyatakan bahwa total konsumsi makanan beku nasional pada 2019 mencapai 9,9 juta ton, lalu Pengaruh pandemi Covid-19 menyebabkan total konsumsi makanan beku nasional pada 2020 meningkat 17% menjadi 11,58 juta ton.



Gambar 1.4 *Global Frozen Food Market*

Sumber: *researchandmarkets.com (2023)*

Industri *frozen food* memiliki potensi untuk berkembang lebih besar lagi dimana pasar ini tiap tahunnya meningkat dan akan terus meningkat, pada tahun 2023 saja nilai pasar makanan beku global mengalami pertumbuhan dari tahun sebelumnya sebesar 227,01 miliar dolar AS menjadi sebesar 244,67 miliar dolar AS dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 7,8%. Riset dari The Business Research Company memperkirakan bahwa pasar makanan beku akan

tumbuh menjadi 317,34 miliar dollar AS pada tahun 2027 dengan CAGR sebesar 6,7%. Sedangkan Fortune Business Insights menyebutkan bahwa nilai pasar makanan beku global pada 2019 sebesar 146,79 miliar dollar AS, Nilai pasar ini diperkirakan akan meningkat menjadi 185,28 miliar dollar AS pada 2027 dengan tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR) 3,1 persen. Sementara itu riset dari reportlinker menyatakan bahwa pada 2025, nilai pasar makanan beku global diperkirakan bisa mencapai 224,2 miliar dollar AS dengan CAGR 6 persen. Kawasan yang menjadi pasar makanan beku global terbesar adalah Asia Pasifik dengan kontribusi mencapai 40 persen pada 2020. Di India; pasar makanan beku juga mengalami peningkatan yang disebabkan karena faktor kenyamanan. Masyarakat India telah terbiasa mengkonsumsi makanan cepat saji yang praktis walaupun manfaat kesehatannya tidak terlalu baik (Funde & Shrivastava, 2023).

Selain itu juga di Indonesia Ketua Umum Asosiasi Rantai Pendingin Indonesia (ARPI) Hasanuddin Yasni memprediksi di tahun 2025, nilai pasar frozen food bisa mencapai Rp 200 triliun. Adapun pada tahun 2020, nilai pasarnya mencapai Rp80 triliun dan tahun 2021 diprediksi menjadi Rp 95 triliun.

Kebab adalah salah satu subkategori makanan dan minuman yang ditawarkan di restoran, menurut laporan analisis dari basis data intelijen menu GlobalData bahwa subkategori kebab menguasai 2% dari seluruh jenis restoran di Indonesia. Saat ini kebab semakin populer, dengan popularitas kebab yang terus berkembang di Indonesia begitu pula persaingan bisnis kebab, Saat ini sudah banyak bermunculan restoran dan warung kebab yang berlomba-lomba untuk menarik perhatian dan bisnis pelanggan (Peluang Bisnis Kebab Di Indonesia Yang Menguntungkan, 2024). Pertumbuhan pasar kebab dapat dilihat juga dari meningkatnya pasar mesin kebab, Dimana pada tahun 2018 pasar ini bernilai sebesar 185,3 miliar dolar AS sedangkan pada 2022 meningkat menjadi 254,9 miliar dolar AS dan pada paruh pertama tahun 2023 pasar mesin kebab meningkat sebesar 8,3% menjadikannya bernilai 278,1 miliar dolar AS (Nandini Roy Choudhury, 2022). Popularitas kebab juga dapat dilihat dari data outlet salah satu franchise kebab di Indonesia dimana jumlah outlet yang dimilikinya terus

meningkat, Dimana pada tahun 2018 memiliki 903 outlet dan pada tahun 2022 memiliki 1.024 outlet (PT Sari Kreasi Boga Tbk, 2022). Dengan meningkatnya popularitas kebab akan menyebabkan meningkatnya permintaan untuk supplier bahan baku kebab dan juga persaingan antara pemasok bahan baku kebab, Bersama dengan popularitas kebab yang terus meningkan dan pasar *frozen food* yang diperkirakan akan meningkat dapat diperkirakan juga bahwa persaingan untuk UD. Mutiara barokah akan meningkat.

1.3 Perumusan Masalah

Bagaimana pedagang pemasok bahan baku kebab dan *frozen food* dapat mengatasi tantangan yang dihadapi dalam mengelola rantai pasokan, memenuhi permintaan konsumen yang meningkat, dan mempertahankan keberlanjutan bisnisnya di tengah persaingan yang ketat dalam industri makanan cepat saji. Selain itu permasalahan yang dihadapi oleh UD. Mutiara barokah adalah penjualan yang stagnan dalam beberapa tahun terakhir. Oleh karena itulah UD. Mutiara barokah perlu melakukan formulasi strategi dan atau mengevaluasi terhadap strategi yang dimilikinya dan beradaptasi, hal ini dapat dilakukan dengan melakukan analisis SWOT.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah diselaskan diatas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi lingkungan eksternal yang menjadi peluang dan ancaman dari UD. Mutiara barokah?
2. Bagaimana kondisi lingkungan internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari UD. Mutiara barokah?
3. Apa saja alternatif strategi untuk UD. Mutiara barokah sesuai dengan kondisi lingkungan eksternal dan internal?
4. bagaimana formulasi strategi yang sesuai untuk UD. Mutiara barokah berdasarkan analisis SWOT dan Matriks QSPM?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan Pertanyaan penelitian diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi lingkungan eksternal yang menjadi peluang dan ancaman dari UD. Mutiara Barokah?
2. Untuk mengetahui kondisi lingkungan internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari UD. Mutiara Barokah?
3. Untuk mengetahui apa saja alternatif strategi yang tersedia untuk UD. Mutiara Barokah sesuai dengan kondisi lingkungan eksternal dan internal?
4. Untuk merumuskan formulasi strategi yang sesuai untuk UD. Mutiara Barokah berdasarkan analisis SWOT dan Matriks QSPM?

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak, Adapun penjabarannya dibagi dalam dua aspek, yaitu:

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti dan juga dijadikan sebagai sumber rujukan dan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya, khususnya terkait dengan formulasi strategi, analisi SWOT dan matriks QSPM.

1.6.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan alternatif strategi bagi UD. Mutiara barokah. Selain itu juga penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk UMKM dalam perancangan strateginya.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan penelitian disajikan sebagai berikut:

a. BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan isi penelitian, di dalamnya terdapat Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan masalah, Pertanyaan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas akhir.

b. BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori umum sampai khusus yang berkaitan dengan penelitian disertai dengan uraian penelitian terdahulu yang dijadikan landasan penelitian, dan kerangka pemikiran penelitian.

c. BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan, metode dan Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Situasi Sosial, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, dan Teknik Analisis Data.

d. BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil penelitian dan pembahasan atau analisis hasil penelitian yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.

e. BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang merupakan jawaban dari Pertanyaan Penelitian yang kemudian diolah menjadi saran terkait dengan manfaat penelitian.