

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Profil Perusahaan**



**Gambar 1.1**  
**MG Catering**

*Sumber:* Narasumber MG Catering (2024)

#### **1.1.2 Sejarah singkat MG Catering**

MG Catering merupakan usaha catering yang berlokasi di Kabupaten Bandung, dekat dengan Kampus Telkom University. Berdiri sejak 14 Agustus 2017, MG Catering mengawali usahanya dengan menyediakan makan untuk siswa Asrama Patriot dan Makan Siang Guru SMK Telkom Bandung. Kemudian berkembang dengan menyediakan nasi box untuk Civitas di Telkom University dan Poltekkes. MG Catering juga menyediakan Catering Prasmanan Nasi dan Bakso, serta *Coffee Break* untuk berbagai event di kampus Telkom University dan Instansi lainnya. Saat ini MG Catering sudah memiliki badan hukum dengan nama PT. Mabur Ghani Catering MG Catering bertekad untuk selalu menyediakan makanan yang Halal dan Sehat, dengan tetap memberikan harga Hemat yang bisa menyesuaikan dengan budget anda.

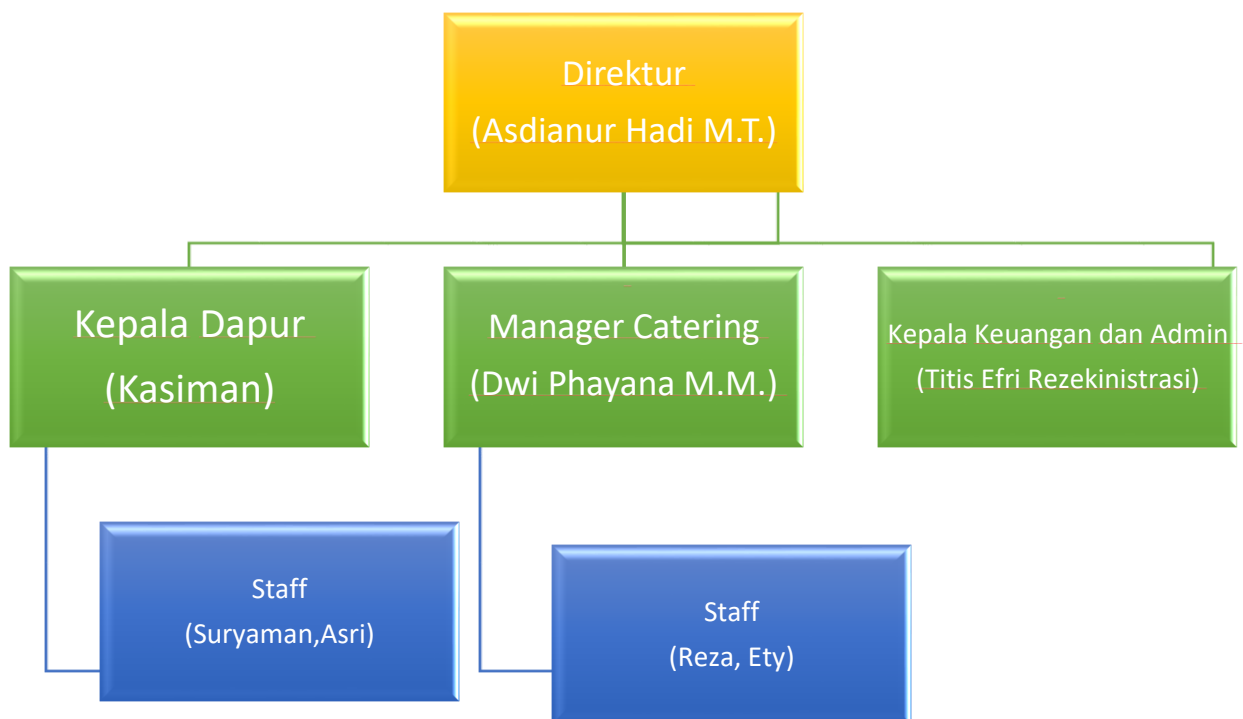
### 1.1.3 Struktur Organisasi MG Catering

Struktur Organisasi MG Catering berbentuk PT, PT (Perseroan Terbatas) perusahaan yang sudah tercatat dan memiliki badan hukum di Indonesia. PT bentuk modalnya terbagi atas saham, setiap pendirinya memiliki tanggung jawab terbatas atas saham-saham yang diterbitkan kepada para pemegang sahamnya (Rahmanysah, 2016). Berikut tugas dan tanggung jawab yang diberikan oleh Direktur.

- a) Kepala Dapur
  - Menghitung jumlah bahan makanan yang akan dibeli berdasarkan pesanan yang masuk.
  - Menentukan Persentase biaya makanan - Biaya makanan dibandingkan penjualan makanan.
  - Menentukan Biaya makanan per porsi.
  - Menentukan Persentase tenaga kerja dapur - Biaya tenaga kerja dapur dibandingkan penjualan makanan.
  - Menentukan Jam kerja dapur.
- b) Koki Utama
  - Mengatur pembagian kerja untuk setiap asisten koki dan staf dapur.
  - Mengatur urutan penyelesaian masakan.
  - Mengontrol hasil masakan dari setiap asisten koki.
- c) Kepala Kepegawaian
  - Bayar per jam rata-rata.
  - Menentukan Rata-rata lama kerja staf.
  - Menentukan penambahan tenaga kerja (jumlah staf baru dalam satu minggu atau bulan).
  - Menentukan izin yang bisa diambil (sebagai persentase dari total hari kerja yang tersedia).
  - Menentukan total persentase biaya tenaga kerja.
  - Menentukan jam kerja per setiap bagian.
  - Menentukan Persentase biaya upah - Biaya upah sebagai persentase dari penjualan

d) Kepala Keuangan dan Administrasi

- Mengontrol posisi kas di bank.
- Menentukan biaya administrasi tenaga kerja.
- Membayarkan gaji dan tunjangan bulanan.
- Menghitung pajak terutang.
- Mencatat semua penjualan harian, bulanan, dan tahunan.
- Mencatat semua pengeluaran harian, bulanan, dan tahunan.



**Gambar 1.2**

**Struktur Organisasi MG Catering**

*Sumber:* Narasumber MG Catering (2024)

**1.1.4 Visi MG Catering**

Visi dari MG Catering perusahaan catering terbaik dan terbesar bertaraf internasional yang halal dan berkualitas (MG Catering, 2024).

### **1.1.5 Misi MG Catering**

MG Catering berkomitmen untuk terus berinovasi menciptakan produk berkualitas tinggi dan halal, memberikan layanan profesional yang memudahkan pelanggan, serta meningkatkan kompetensi dan kesejahteraan karyawan secara menyeluruh (MG Catering, 2024).

### **1.1.6 Value MG Catering**

MG Catering BISA:

Bersih : selalu menjaga kebersihan dan kerapihan tempat kerja.

Integritas : jujur dan kerja keras dalam bekerja.

Santun : ramah dan sopan dalam pelayanan.

Amanah : menjaga kepercayaan konsumen dan rekan kerja (MG Catering, 2024).

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Pengertian UMKM menurut Djuniardi dkk. (2022) merupakan kegiatan banyak perusahaan yang melibatkan masyarakat untuk menciptakan lapangan kerja produk dan jasa yang mampu memenuhi keseluruhan kebutuhan konsumen. UMKM dapat menciptakan pemerataan pertumbuhan ekonomi di Indonesia sehingga dapat mewujudkan stabilitas. Untuk menjadikan UMKM yang terus berkembang UMKM harus mempunyai daya saing yang terletak pada pemahaman lingkungan sehingga menghasilkan daya kompetitif yang berkelanjutan (Melo & Machado, 2020).

Minat bisnis makanan dan minuman di Indonesia saat ini digandrungi oleh masyarakat. Ini diakibatkan pertumbuhan ekonomi cenderung cukup stabil di Indonesia. Selain itu, minat bisnis makanan dan minuman juga tinggi karena adanya pertumbuhan populasi yang cukup tinggi di Indonesia, serta adanya kecenderungan masyarakat Indonesia untuk mencari makanan dan minuman yang berkualitas tinggi dan terjangkau. Oleh karena itu, hal ini justru waktu tepat bagi bisnis makanan dan minuman untuk tumbuh dan berkembang di Indonesia. Makanan dan minuman juga merupakan bagian penting dari budaya Indonesia, sehingga memiliki nilai sentimental yang tinggi bagi masyarakat Indonesia. Hal ini menyebabkan

banyak orang Indonesia sangat tertarik dengan bisnis makanan dan minuman, baik sebagai pelanggan maupun sebagai pelaku bisnis.

Dalam upaya membangun perekonomian UMKM memiliki peran aktif dalam perkembangan ekonomi di Indonesia, ikut serta UMKM terhadap PDB mencapai 60,5% di tahun 2022 (Kemenko Perekonomian, 2022). Tidak hanya itu, enam tahun sebelumnya perkembangan UMKM di periode 2016-2018 memiliki kontribusi sebesar 98,33% dengan jumlah 2,626 usaha di Indonesia dimana setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup membangggakan sebagaimana terlihat tabel 1.1 sebagai berikut.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Data UMKM tahun 2018-2023**

Indikator	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	JUMLAH	JUMLAH	JUMLAH	JUMLAH	JUMLAH	JUMLAH
Usaha Mikro (UM)	63.350.222	64.601.352	63.157.801	64.517.815	68.348.712	73.176.704
Usaha Kecil (UK)	783.132	798.679	780.805	800.010	830.533	889.354
Usaha Menengah (UM)	60,702	65,465	63.991	65.516	69.577	74.645
TOTAL	64.194.057	65.465.497	64.002.597	65.983.841	69.874.822	74.710.703

*Sumber* : Badan Pusat Statistik dalam angka (2024)

Berdasarkan data yang telah diproyeksikan, jumlah UMKM di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Meskipun pada tahun 2020 terjadi sedikit penurunan akibat pandemi Covid-19, namun sektor UMKM berhasil bangkit dan kembali menunjukkan pertumbuhan yang positif pada tahun-tahun berikutnya. Di tahun 2018 memiliki basis ekonomi yang cukup kuat, salah satu strategi pemerintah berhasil pada tahun tersebut ialah menaikkan kelas usaha mikro menjadi usaha menengah. Tetapi pada periode 2019-2023 sebagian besar UMKM yang ada di Indonesia mengalami pandemi *Covid-19*. Hal ini cukup

berpengaruh terhadap keuangan dan finansial serta sulitnya mendapatkan bahan baku mentah maupun jadi karena adanya *lockdown* di berbagai daerah. Namun, pada kuartal II tahun 2021 merupakan awal dari kebangkitan UMKM melalui program pemerintah yang bernama PEN (Program Pemulihan Ekonomi Nasional) dukungan ini telah terealisasi sebesar Rp 98,7 triliun, pemerintah dalam hal ini berharap UMKM bisa tumbuh serta bertahan dalam segala situasi saat ini (Ananda, 2020).

Menurut Ramadani dkk. (2017) UMKM yang *sustainable* mampu meningkatkan kemampuan yang baik dengan beradaptasi di lingkungan baru sehingga menjadikan UMKM lebih kreatif, adaptif dan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik.

Persaingan UMKM makanan dan minuman di Indonesia sangat kompetitif. Ini disebabkan berjamurnya jumlah bisnis F&B di Indonesia, serta tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap makanan dan minuman. Selain itu, persaingan juga semakin ketat karena adanya perkembangan teknologi yang memudahkan kostumer memesan makanan atau minuman secara daring, sehingga meningkatkan jumlah pesaing yang dapat diakses oleh pelanggan.

Setiap bisnis harus berusaha keras untuk mengembangkan sinergi yang bermanfaat melalui pengelolaan sumber daya manusia yang efektif, yang tidak hanya meningkatkan produktivitas tetapi juga mempersiapkan diri menghadapi persaingan dalam peralihan ke era digital (Indiyati, 2021). Bisnis juga harus siap untuk menggunakan teknologi AI untuk mengelola bisnis dan meningkatkan efisiensi, serta harus memahami kebutuhan dan tren pasar untuk dapat menyesuaikan strategi bisnis secara terus-menerus.



**Gambar 1.3**

**Tantangan Kewirausahaan**

*Sumber:* Buku Kewirausahaan UMKM (2021)

Pengembangan UMKM memiliki beberapa tantangan untuk menghadapi era *after pandemic* dengan memahami sebuah teknologi internet. UMKM di era industri 4.0 harus menunjukkan potensi mengembangkan bisnisnya melalui media sosial berupa aplikasi berupa Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube yang memungkinkan penyebaran informasi berupa iklan yang interaktif Djuniardi dkk. (2022). Selain itu, UMKM yang menggunakan media sosial mempunyai peluang untuk memperoleh informasi tentang pasar, pesaing dan keunggulan kompetitif lainnya. Untuk memenuhi kriteria UMKM di era industri 4.0, pelaku UMKM harus melakukan beberapa pelatihan SDM yang tepat sasaran sehingga mampu memahami ilmu pengetahuan yang mentransformasikan kecakapan dan keterampilan yang kemudian di kembangkan oleh setiap individu agar menjadi sumber daya manusia yang kompeten melalui persaingan di berbagai *digital platforms* (Veile, Schmidt and Voigt, 2022) .

Dengan demikian, pengembangan SDM dapat memberikan banyak manfaat bagi bisnis, termasuk meningkatkan kinerja, kemampuan untuk bersaing, dan kesetiaan SDM. Pelatihan dan pengembangan tersebut yang nantinya menciptakan

sebuah karakteristik kepemimpinan yang secara langsung berdampak pada keunggulan kompetensi.

UMKM harus mengetahui manfaat keunggulan bersaing (*competitive advantage*) yang dapat memberikan banyak manfaat bagi bisnisnya:

- 1) keunggulan bersaing membantu bisnis memilih strategi yang tepat untuk bersaing di pasar. Dengan ini, produk atau jasa yang menarik bagi pelanggan dapat didukung strategi pemasaran yang efektif untuk memperluas jangkauan pasardengan menambahkan keseimbangan kerja (*work-life balance*) (Dudija, 2023).
- 2) mengetahui keunggulan bersaing juga dapat membantu bisnis untuk memahami pesaing dan mengelola persaingan. Dengan mengetahui keunggulan bersaing pesaing, bisnis dapat membandingkan keunggulan bersaing mereka dengan pesaing dan mengembangkan strategi untuk mengatasi atau mengalahkan pesaing.
- 3) keunggulan bersaing juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan cenderung setia terhadap bisnis yang menawarkan produk atau jasa yang unggul dan bermanfaat bagi pelanggan. Dengan mengetahui keunggulan bersaing, bisnis dapat merubah produk atau jasa yang lebih maju dan mengetahui kebutuhan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Dengan hal ini, mengetahui keunggulan bersaing dapat membantu bisnis untuk menentukan strategi yang tepat, memahami pesaing, dan meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga dapat membantu bisnis untuk sukses di pasar (Porter, 2007).

Bandung memiliki banyak kuliner yang bervariasi, dimulai dari makanan tradisional sampai makanan internasional, dan banyak restoran dan warung yang menawarkan makanan yang lezat. Persaingan dalam industri kuliner di Bandung pasti cukup ketat, beberapa restoran yang mampu bertahan dan bahkan berkembang cukup baik. Ada beberapa faktor UMKM di Kota Bandung menghadapi tantangan yang menyebabkan persaingan kuliner di Bandung begitu ketat, diantaranya:

- 1) adanya pertumbuhan industri pariwisata di Kota Bandung, yang membuat sektor kuliner bangkit dan mendatangkan banyak wisatawan domestik



maupun mancanegara, dalam hal ini UMKM khususnya di bidang kuliner harus siap menghadapi berbagai tantangan menu makanan yang sesuai dengan lidah wisatawan mancanegara maupun domestik. Berikut Jumlah wisatawan mancanegara serta wisatawan domestik di tahun 2017-2021:

**Tabel 1.2**  
**Perkiraan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung (2018-2023)**

Jenis Wisatawan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022	Tahun 2023
Wisatawan Mancanegara	189.902	227.560	252.842	30.210	37.417	102.348
Wisatawan Domestik	6.770.610	7.735.785	8.175.221	3.214.390	3.704.263	5.533.013
Jumlah	6.960.512	7.585.345	8.428.063	3.244.600	3.741.680	5.635.361

*Sumber:* Bandung Kota BPS (2024)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa sektor pariwisata mengalami dampak yang signifikan akibat pandemi COVID-19. Namun, sektor pariwisata menunjukkan tanda-tanda pemulihan pada tahun-tahun setelah pandemi. Peningkatan jumlah wisatawan domestik mengindikasikan adanya minat yang tinggi dari masyarakat lokal untuk berwisata di dalam negeri.

- 2) kota Bandung memiliki beberapa universitas ternama di Indonesia yang menyebabkan banyak orang dari berbagai daerah datang ke Bandung untuk menuntut ilmu, dalam hal ini UMKM mempunyai kesempatan mendirikan berbagai macam usaha makanan dan minuman di area kampus, hal ini menyebabkan tantangan bagi usaha kuliner agar tetap bertahan.
- 3) pertumbuhan ekonomi di Bandung membaik, menurut data BPS perekonomian Kota Bandung pada tahun 2021 naik sebesar 3,76 persen dibanding tahun 2020 (Bandung, 2022). Dalam hal ini banyak UMKM khususnya di bidang catering perlahan kembali membaik yang menyebabkan persaingan mulai tumbuh. Berikut daftar UMKM di bidang catering di daerah berdekatan dengan Objek penelitian MG Catering:

**Tabel 1.3****Daftar 8 pesaing yang berdekatan dengan MG Catering**

No.	Nama Tempat	Alamat	Rating	Sumber
1.	Destiny Catering Bandung	Jl. Srimahi No.8, Ancol, Kec. Regol, Kota Bandung, Jawa Barat 40252	4.5	<a href="https://g.co/kgs/E5zPE5c">https://g.co/kgs/E5zPE5c</a>
2.	Citra Boga catering bandung by ibu ella	Jl. Parakan III No.2 A, Batununggal, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40266	4.8	<a href="https://g.co/kgs/HyrZYdG">https://g.co/kgs/HyrZYdG</a>
3.	Samudra Catering	Komplek Perumahan PU.Blok C3 No.13, Jalan Suhodo, Kujangsari, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40287	4.4	<a href="https://g.co/kgs/fGsNHR5">https://g.co/kgs/fGsNHR5</a>
4.	Catering Sehat Bandung "Ant Healthy Kitchen"	2JJV+PM Cipagalo, Kabupaten Bandung, Jawa Barat	-	<a href="https://g.co/kgs/fGsdTR7">https://g.co/kgs/fGsdTR7</a>
5.	MyMeal Catering Bandung	Jl. Batununggal Mulia XI No.29, Mengger, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40267	4.4	<a href="https://g.co/kgs/D8vsF9K">https://g.co/kgs/D8vsF9K</a>
6.	Celdi Catering	Jl. Srigadis No.19, Cigareleng, Kec. Regol, Kota Bandung, Jawa Barat 40253	4.6	<a href="https://g.co/kgs/Uq8BRXy">https://g.co/kgs/Uq8BRXy</a>
7.	D'Yummy Catering	Jl. Sindangsari 4 No.48, Sukamulya, Kec. Cinambo, Kota Bandung, Jawa Barat 40614	4.7	<a href="https://g.co/kgs/1pBkCmU">https://g.co/kgs/1pBkCmU</a>
8.	Sadapur Catering	Blok J2, Jl. Jupiter Barat Komplek Margahayu Raya No.80, Sekejati, Kec. Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat 40286	5	<a href="https://goo.gl/j18Sp78SJGRsKAXF8">goo.gl/j18Sp78SJGRsKAXF8</a>

Sumber : Data yang diolah (2024)

Dilihat pada tabel 1.4 menunjukkan bahwa UMKM berjenis catering sudah ada di Bandung. Banyaknya catering di Bandung konsumen tinggal memilih saja tempat yang cocok dan nyaman sesuai dengan kebutuhan. Hal ini membuat

persaingan semakin ketat melihat dari peluang serta ancaman dari berbagai faktor yang ditimbulkan diatas, berdasarkan alasan latar belakang yang diatas, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul skripsi “ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH MENGGUNAKAN METODE IFE, EFE, SWOT DAN QSPM (STUDI KASUS PT. MG CATERING)”

### **1.3 Rumusan Masalah**

UMKM di industri makanan di Indonesia menghadapi banyak tantangan saat pandemi COVID-19. Tantangan tersebut meliputi penyusutan pengeluaran konsumen, gangguan rantai pasok, dan penutupan *establishment* fisik (Gatra, 2022). Namun, meskipun ada kesulitan-kesulitan tersebut, industri makanan juga menunjukkan kekuatan dan kreativitas dalam menyesuaikan diri dengan situasi baru. Banyak bisnis telah beralih ke platform online untuk mencapai pelanggan, sementara yang lain fokus pada peningkatan layanan pengantaran dan ambil sendiri (Rizkinaswara, 2020).

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh UMKM makanan di Indonesia adalah penurunan pengeluaran konsumen. Dengan pandemi yang menyebabkan ketidakpastian ekonomi yang luas, banyak konsumen memilih untuk mengeluarkan uang mereka untuk barang-barang penting, memberikan sedikit ruang untuk pengeluaran diskresioner pada makanan (Asia, 2022). Untuk mengatasi hal ini, bisnis harus fokus pada menawarkan produk berkualitas tinggi yang terjangkau dan memberikan nilai bagi pelanggan mereka.

Dengan *lockdown* dan pembatasan perjalanan yang mempengaruhi transportasi barang, banyak bisnis kesulitan untuk mengakses bahan mentah yang diperlukan untuk memproduksi produk mereka. Untuk mengatasi hal ini, bisnis harus mencari pemasok alternatif dan menerapkan sistem manajemen persediaan yang efektif untuk memastikan aliran barang yang stabil (Pratama, 2021).

Akhirnya, penutupan *establishment* fisik juga mempengaruhi industri makanan di Indonesia. Dengan ruang makan yang ditutup, banyak bisnis harus berubah arah ke layanan pengantaran dan ambil sendiri untuk terus melayani

pelanggan mereka. Ini telah menciptakan peluang baru bagi bisnis untuk mencapai pelanggan di area terpencil, tetapi juga meningkatkan persaingan dan kebutuhan akan strategi pemasaran yang efektif (Batubara et al., 2022). Secara keseluruhan, pandemi COVID-19 telah membawa tantangan baru bagi industri makanan di Indonesia. Namun, dengan kreativitas dan kemampuan untuk menyesuaikan diri, UMKM di sektor ini dapat mengatasi kesulitan-kesulitan tersebut dan muncul lebih kuat.

Jika dilihat dari gambar 1.4 hal ini mempengaruhi grafik pertumbuhan laba rugi yang dialami oleh PT. MG Catering selama pandemi Covid-19 ini.

<b>Laba Rugi PT. Mabrrur Ghani Catering per tahun 2021, 2022 dan 2023</b>			
	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>PENJUALAN</b>	<b>Rp483.733.443</b>	<b>Rp491.954.818</b>	<b>Rp496.585.340</b>
<b>BEBAN POKOK PENJUALAN</b>	<b>Rp244.240.066</b>	<b>Rp248.977.409</b>	<b>Rp249.292.670</b>
<b>LABA KOTOR</b>	<b>Rp239.493.377</b>	<b>Rp242.977.409</b>	<b>Rp247.292.670</b>
<b>BEBAN KANTOR</b>			
Beban Karyawan	Rp157.746.689	Rp158.390.964	Rp161.317.068
Beban Adm & Umum	Rp74.560.016	Rp76.793.223	Rp75.487.801
<b>TOTAL BEBAN KANTOR</b>	<b>Rp232.306.705</b>	<b>Rp235.184.187</b>	<b>Rp236.804.869</b>
<b>LABA BERSIH</b>	<b>Rp7.186.672</b>	<b>Rp7.793.222</b>	<b>Rp10.487.801</b>
biaya pajak (11%)	Rp790.534	Rp857.254	Rp1.153.658

**Gambar 1. 4**

**Laba Rugi PT. MG Catering 2021-2023**

*Sumber:* Narasumber MG Catering (2024)

Penjualan perusahaan menunjukkan tren yang stabil dan relatif kecil selama tiga tahun, dengan pertumbuhan rata-rata tahunan sebesar 1%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu mempertahankan basis pelanggannya dari berbagai jenis permasalahan yang ada dan meningkatkan penjualan secara bertahap. Biaya pokok penjualan menunjukkan tren yang meningkat selama tiga tahun, dengan

pertumbuhan rata-rata tahunan sebesar 2%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mengalami peningkatan biaya bahan baku atau biaya produksi. Laba bersih perusahaan menunjukkan tren yang meningkat selama tiga tahun, dengan pertumbuhan rata-rata tahunan sebesar 4%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu meningkatkan profitabilitasnya dengan baik.

**Tabel 1.4**  
**Target Penjualan MG Catering 2021-2023**

Tahun	Target Penjualan	Penjualan Aktual	Selisih
2021	861.000.000	483.733.443	-377,266,557
2022	876.000.000	491.954.818	-384,045,182
2023	884.000.000	496.585.340	-387,414,660

*Sumber:* Narasumber MG Catering (2024)

Meskipun laba bersih perusahaan menunjukkan tren yang positif, namun nilainya jauh dari target penjualan pertahun. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan masih memiliki potensi untuk meningkatkan profitabilitasnya dan terlihat adanya kesenjangan yang signifikan antara target penjualan dan penjualan aktual selama tiga tahun berturut-turut. Hal ini mengindikasikan adanya masalah mendasar dalam bisnis catering tersebut dengan mengasumsikan bahwa adanya kesenjangan antara target penjualan dan penjualan aktual mengindikasikan adanya masalah pada strategi branding:

- 1) Efektivitas Branding: Mengapa upaya branding yang telah dilakukan oleh MG Catering selama periode 2021-2023 belum mampu mencapai target penjualan yang telah ditetapkan?
- 2) Strategi Promosi: Apakah strategi promosi yang diterapkan selama ini sudah tepat sasaran dan efektif dalam meningkatkan kesadaran merek dan mendorong penjualan? Apakah ada saluran distribusi yang belum optimal?

- 3) Posisi Merek: Bagaimana posisi merek MG Catering di benak konsumen dibandingkan dengan kompetitor?

Berdasarkan latar belakang yang saya tulis, UMKM di Indonesia memiliki potensi cukup besar di bidang makanan dan minuman karena tiap tahunnya memiliki pertumbuhan yang stabil karena populasi Indonesia yang sangat besar dan adanya kecenderungan masyarakat Indonesia untuk mencari makanan dan minuman yang berkualitas tinggi tetapi harganya terjangkau, hal tersebut yang memicu persaingan UMKM yang ketat di bidang makanan dan minuman. Penggiat UMKM harus melalui tantangan menghadapi era *after pandemic* yaitu dengan mengembangkan bisnisnya melalui *digital platforms* seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Whatsapp* (Gunawan, 2021). Hal itu tidak terlepas dari pengembangan SDM yang memadai, untuk bisa bertahan UMKM harus memiliki SDM yang dapat memberikan banyak manfaat bagi bisnisnya sehingga mampu mengetahui keunggulan bersaing (*Competitive Strategy*). Dengan hal ini, MG Catering harus memiliki kriteria makanan yang kualitas tinggi tetapi harganya terjangkau, bisa mengembangkan bisnisnya melalui *digital platforms* serta mengetahui keunggulan bersaing. Penelitian ini dianalisis bagaimana bisnis makanan dan minuman MG Catering menghadapi fenomena di atas dengan menggunakan strategi dengan mengetahui lingkungan internal dan eksternal terhadap bisnisnya melalui perumusan strategis bisnis berupa matriks IFE & EFE, matriks SWOT, dan matriks QSPM.

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

- 1) Bagaimana faktor internal yang mempengaruhi keunggulan bersaing MG Catering dalam menghadapi persaingan?
- 2) Bagaimana kondisi faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi keunggulan bersaing MG Catering dalam menghadapi persaingan?
- 3) Bagaimana tahapan strategi bisnis yang dihadapi MG Catering jika dilihat dari lingkungan internal dan eksternal dengan menggunakan analisis matriks IFE & EFE, matriks SWOT, dan matriks QSPM?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

- 1) Mengetahui kondisi internal agar mendapat analisis kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dimiliki MG Catering.
- 2) Mengetahui keaadaan eksternal agar melihat peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) untuk MG Catering.
- 3) Mengetahui strategi bisnis yang diinginkan MG Catering jika melihat dari kebutuhan lingkungan internal dan eksternal dengan menggunakan analisis matriks IFE & EFE, matriks IE, matriks SWOT, dan matriks QSPM.

## **1.6 Kegunaan Penelitian**

### **1.6.1 Kegunaan Teoritis**

- 1) Menyediakan kerangka kerja yang berguna untuk memahami fenomena atau kondisi tertentu. Dengan menggunakan teori dapat memahami fenomena atau kondisi secara lebih terstruktur dan sistematis, serta menemukan pola-pola atau keterkaitan yang mungkin tidak terlihat secara langsung.
- 2) Menyediakan landasan untuk penelitian lebih lanjut. Teori dapat memberikan hipotesis atau asumsi yang dapat diuji melalui penelitian, sehingga dapat membantu untuk mendapatkan pengetahuan dan pemahaman lebih mendalam tentang berbagai fenomena atau kondisi yang diteliti.
- 3) Memberikan solusi atau saran untuk masalah atau kondisi tertentu. Teori dapat menyediakan cara pandang yang berguna untuk menganalisis masalah atau kondisi, serta menyediakan saran atau solusi yang dapat diterapkan untuk memperbaiki atau mengatasi masalah atau kondisi tersebut.

### **1.6.2 Kegunaan Praktis**

- 1) Menjawab pertanyaan penelitian. Teori praktis dalam skripsi dapat memberikan jawaban yang konkret dan terukur terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan dalam skripsi. Dengan demikian, teori praktis dapat membantu penulis skripsi untuk mendapatkan tujuan serta sasaran penelitian yang telah disesuaikan.
- 2) Memecahkan masalah yang ingin diteliti. Teori praktis skripsi dapat memberikan solusi atau saran yang berguna untuk mengatasi atau memperbaiki masalah yang diteliti dalam skripsi. Dengan demikian, teori praktis dapat membantu penulis skripsi untuk membuat kontribusi yang bermanfaat bagi pemecahan masalah yang diteliti.
- 3) Menyediakan landasan untuk penelitian lebih lanjut. Teori praktis dalam skripsi dapat memberikan hipotesis.

### **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

- 1) Tempat lokasi dan objek penelitian dilakukan di Bandung pada MG Catering.
- 2) Waktu dan periode penelitian ini dilakukan dari bulan Maret 2024 sampai dengan selesai.

### **1.8 Sistematika Penulisan Akhir**

Sistem penulisan tugas akhir ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai penelitian dan hasil penelitian yang dilakukan. Urutan penulisannya sebagai berikut.

#### **a. BAB I PENDAHULUAN**

- 1) Latar belakang, bagian ini menjelaskan tentang alasan atau dasar yang mendasari penelitian yang dilakukan dalam skripsi atau tesis. Latar belakang dapat berisi informasi tentang masalah atau kondisi yang ingin diteliti, serta alasan kenapa masalah atau kondisi tersebut penting untuk diteliti.



- 2) Tujuan dan sasaran, Bagian ini mendeskripsikan tentang tujuan dan sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian yang dilakukan dalam skripsi atau tesis. Tujuan dan sasaran dapat berupa jawaban atau solusi yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan.
- 3) Metodologi Penelitian, bagian ini merinci metode atau tahapan yang dilakukan dalam penelitian. Metodologi penelitian ini meliputi sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang dipakai untuk mencapai tujuan penelitian.

**b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab Tinjauan Pustaka merupakan bagian kedua dari skripsi atau tesis, dan berfungsi untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi ini terkait dengan penelitian dalam skripsi atau tesis. Bab Tinjauan Pustaka terdiri dari beberapa bagian, di antaranya:

- 1) kajian teori, bagian ini mengumpulkan dan mengkaji sumber-sumber literatur yang menjelaskan teori atau konsep yang terkait dengan masalah atau kondisi yang diteliti. Kajian teori dapat berupa deskripsi tentang konsep-konsep atau teori-teori yang relevan, serta bagaimana konsep atau teori tersebut dapat menjelaskan atau memecahkan masalah atau kondisi yang diteliti.
- 2) kajian konsep, bagian ini mengumpulkan dan mengkaji sumber-sumber literatur yang menjelaskan tentang konsep atau definisi.

**c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan metodologi yang digunakan dalam penelitian, diantaranya rancangan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan instrumen penelitian yang digunakan. Bab Metode Penelitian terdiri dari beberapa bagian, di antaranya:

- 1) desain penelitian, bagian ini menjelaskan tentang jenis penelitian yang dilakukan dalam skripsi atau tesis, termasuk populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian, dan tata cara pengambilan sampel.
- 2) variabel penelitian, bagian ini menjelaskan tentang variabel yang dipakai ke dalam penelitian, termasuk deskripsi tentang variabel yang dependen dan variabel yang independen, serta hubungan antara variabel lainnya.

**d. BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab Penelitian dan Pembahasan merupakan bagian keempat dari skripsi atau tesis, dan berfungsi untuk menjelaskan hasil penelitian yang dilakukan, serta menganalisis dan membahas hasil penelitian tersebut. Bab Penelitian dan Pembahasan terdiri dari beberapa bagian, di antaranya:

- 1) hasil penelitian., bagian ini mendapatkan hasil penelitian yang dilakukan dalam skripsi atau tesis, termasuk deskripsi tentang data yang diperoleh, serta cara analisis data yang dipergunakan.
- 2) analisis dan pembahasan hasil penelitian, bagian ini menganalisis dan membahas hasil penelitian yang diperoleh dalam skripsi atau tesis. Analisis dan pembahasan hasil penelitian dapat berupa deskripsi tentang bagaimana hasil penelitian tersebut memenuhi tujuan dan sasaran penelitian, serta bagaimana hasil penelitian itu dapat memberikan pertanyaan penelitian yang diberikan dalam skripsi.
- 3) terakhir kesimpulan dan saran, bagian ini menyajikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasan yang digunakan dalam skripsi. Kesimpulan dapat berupa jawaban atau solusi yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan, serta saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan kualitas penelitian di masa yang akan datang.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab Kesimpulan dan Saran merupakan bagian terakhir dari skripsi atau tesis, dan berfungsi untuk menyajikan kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian yang dilakukan, serta memberikan saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan

kualitas penelitian di masa yang akan datang. Bab Kesimpulan dan Saran terdiri dari beberapa bagian, di antaranya:

- 1) pertama kesimpulan, bagian ini menyajikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan dalam skripsi atau tesis. Kesimpulan dapat berupa jawaban atau solusi yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan, serta bagaimana jawaban atau solusi tersebut dapat memenuhi tujuan dan sasaran penelitian yang telah ditetapkan.
- 2) kedua saran, bagian ini memberikan saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan kualitas penelitian di masa yang akan datang. Saran dapat berupa usulan-usulan tentang cara atau langkah-langkah yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas penelitian, serta bagaimana saran tersebut dapat membantu penelitian di masa depan.