

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Kecil Menengah atau yang biasa disebut UKM merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia di kala negeri dilanda krisis moneter sejak tahun 1998, para pengusaha ini memang tidak terkena dampak dari krisis ekonomi secara langsung, hal ini karena mereka para pelaku usaha yang bermodal kecil atau dengan kata lain usaha dengan tingkat menengah kebawah yang tidak membutuhkan uang dollar dalam menjalankan usahanya, mereka hanya mengandalkan intuisi dan memanfaatkan peluang yang ada, sehingga dapat berkembang secara cepat.

Namun hal ini akan menjadi semakin berat dijalani ketika terjadi persaingan antar UKM dengan produksi yang sama, banyak para pelaku usaha UKM yang melihat peluang yang sama dan seketika itu mereka memproduksi barang yang sama. persaingan yang tidak sehat kerap terjadi, harga jual yang bisa turun hingga pada posisi terendah demi tetap memproduksi barang, faktor - faktor kesamping terkadang juga diabaikan misal transportasi, ongkos produksi ditekan serendah mungkin. Oleh karena itu harus dilakukan pembenahan terhadap UKM yang ada sekarang ini untuk bisa bersaing dan berkompetisi antara UKM satu dengan lainnya. Daya saing merupakan suatu penopang eksistensi suatu usaha untuk tetap berdiri secara berkelanjutan di tengah persaingan dengan usaha bisnis lainnya baik yang telah lama berdiri maupun dengan pesaing-pesaing baru yang muncul.

Daya saing mengindikasikan bagaimana suatu usaha atau organisasi bisnis mampu berkompetisi dengan usaha lain yang sejenis ataupun non sejenis dengan memanfaatkan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya untuk menarik perhatian konsumen.

Untuk mendukung daya saing maka suatu perusahaan dapat membuat sebuah gagasan yang mampu meningkatkan pembangunan ekonomi dengan hasil laba yang bersih, daya saing perusahaan ini penting dilakukan karena akan mampu membentuk peluang untuk meningkatkan penjualan suatu perusahaan, selain itu daya saing akan mampu mendorong terbukanya pemanfaatan teknologi diantara perusahaan anggota-anggota yang ada di dalamnya.

Untuk meningkatkan daya saing hendaknya suatu perusahaan menggunakan Analisis SWOT yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2009: 18). Menurut Porter (1990), “daya saing diidentikkan dengan produktivitas dimana tingkat output yang dihasilkan untuk setiap unit input yang digunakan”.

Peningkatan produktivitas meliputi peningkatan jumlah input fisik (modal dan tenaga kerja), peningkatan kualitas input yang digunakan dan peningkatan teknologi (total faktor produktivitas). Analisis *SWOT* timbul secara langsung atau tidak langsung karena adanya persaingan yang datang dari perusahaan lain yang memproduksi barang dan jasa yang sejenis dengan produk perusahaan.

Persaingan yang semakin ketat dan tajam mengakibatkan perusahaan membutuhkan antisipasi yang tepat dan akurat sehingga perusahaan dapat memasarkan produknya di pasar, dan bahkan bila memungkinkan menjadi pemimpin pasar.

UKM AIKA SUMPIAH adalah *home industry* yang memproduksi makanan ringan tradisional yaitu sumpiah udang dan sasagon dengan merk AIKA⁶⁹. UKM ini berdiri sejak tahun 2011 namun baru mendapat surat izin usaha perdagangan (SIUP) pada tanggal 22 Mei 2015 dengan No.SIUP: 503/226/PK/V/BPMPT/2015.

Dalam menghadapi persaingan UKM AIKA SUMPIAH yang menjadi tantangan terbesar pada saat sekarang ini adalah banyak terdapat UKM sejenis baru di sekitar Kota Sukabumi diantaranya: Berkah Snack, Delta Snack, Kia Snack, SEHI dan lainnya, adapun produk yang di produksi oleh UKM pesaing sama dengan yang diproduksi oleh UKM AIKA SUMPIAH yaitu Sumpiah Udang.

UKM AIKA SUMPIAH dituntut untuk meningkatkan daya saingnya dengan menawarkan yang berbeda dari pesaing seperti dari segi rasa, tampilan produk dan harga yang lebih terjangkau dari pada pesaing dan menciptakan *brand image* yang baik di kalangan konsumen.

Berdasarkan hasil peninjauan yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan permasalahan mengenai daya saing UKM AIKA SUMPIAH yang rendah yaitu

pada fleksibilitas atau kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungannya.

Meskipun produk sumpiah UKM AIKA SUMPIAH memiliki keistimewaan yaitu pada segi merk produknya yang mengandung arti dan makna, tetapi merk AIKA⁶⁹ kurang dikenal oleh masyarakat. Oleh karena itu UKM AIKA SUMPAH harus berusaha semaksimal mungkin mempersiapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saingnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik mengangkat Judul **“ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING PADA UKM AIKA SUMPIAH SUKABUMI”**.

1.1 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penelitian diatas, peneliti menemukan permasalahan mengenai daya saing yaitu pada fleksibilitas. Adapun fleksibilitas merupakan dimensi daya saing yang meliputi berbagai indikator diantaranya macam produk yang dihasilkan, dan kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan. Meskipun produk sumpiah UKM AIKA SUMPIAH memiliki keistimewaan yaitu pada segi merk produknya yang mengandung arti dan makna, tetapi merk AIKA⁶⁹ kurang dikenal oleh masyarakat.

1.1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan suatu masalah pokok yaitu :

1.1.2.1 Bagaimana Daya Saing pada UKM AIKA SUMPIAH SUKABUMI?

1.1.2.2 Bagaimana Analisis SWOT sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing pada
UKM AIKA SUMPIAH SUKABUMI?

1.2 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.2.1 Tujuan Penelitian

1.2.1.1 Untuk mengetahui Daya Saing pada UKM AIKA SUMPIAH
SUKABUMI

1.2.1.2 Untuk mengetahui Analisis SWOT sebagai Strategi Peningkatan Daya
Saing pada UKM AIKA SUMPIAH SUKABUMI.

1.2.2 Kegunaan Penelitian

1.2.2.1 Kegunaan Teoritis

Dari penelitian di atas, peneliti mengharapkan dari hasil penelitian ini kelak dapat dijadikan sebagai bahan kajian lebih lanjut untuk hal yang sama dengan lebih mendalam lagi. Juga sebagai kontribusi ilmu tentang analisis swot sebagai strategi peningkatan daya saing. Penelitian ini juga sebagai aplikasi dari ilmu-ilmu yang dipelajari selama peneliti mendapatkan keilmuan di Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Sukabumi.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat terutama:

1. Bagi Peneliti

Memperluas wawasan dan pengetahuan khususnya di bidang pemasaran, terutama mengenai analisis swot sebagai strategi peningkatan daya saing yang diharapkan dapat dilaksanakan dengan baik dan benar.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat membantu perusahaan memecahkan masalah dan sebagai bahan masukan yang bermanfaat dan berguna dalam peningkatan daya saing. Dan semoga penelitian ini juga bisa menjadi sumber informasi yang positif untuk perusahaan di masa yang akan datang supaya dapat menjadi lebih baik.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi, bahan kajian, dan deskripsi bagi mahasiswa dalam mengadakan penelitian yang serupa, di samping itu semoga dapat memberikan informasi, wawasan, dan ilmu pengetahuan tentang pemasaran dalam analisis swot sebagai strategi peningkatan daya saing.

1.3 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu pada UKM AIKA SUMPIAH, yang berlokasi di Jl. Pelda R.E Suryanta Gg. Swadaya Rt. 01/04 Kelurahan Nanggaleng Kecamatan Citamang Kota Sukabumi.

1.3.2 Lamanya Penelitian

Adapun Jadwal penelitian yang dilakukan oleh penelitian kurang lebih 10 bulan yaitu terhitung dari bulan oktober 2017 sampai Agustus 2018.

Selama penelitian dilakukan banyak tahap-tahap yang harus dilakukan peneliti mulai dari tahap persiapan sampai dengan pengujian.