

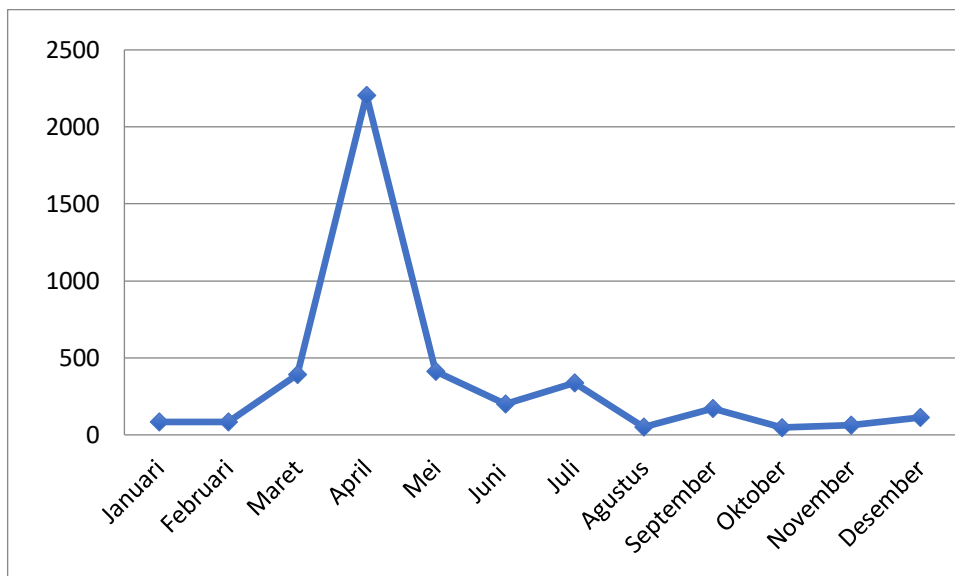
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Banyaknya jenis UMKM menyebabkan persaingan antarpemula semakin ketat (Darwanto, 2013). Dalam menghadapi persaingan yang ketat, para UMKM dituntut untuk memiliki strategi bisnis (Maryani & Chaniago, 2019). Penerapan strategi bisnis yang tepat dapat membantu sebuah usaha menghadapi persaingan bisnis untuk bersaing secara kompetitif. Fokus penelitian ini dilakukan pada *social enterprise* Konveksi Berkah yang berbentuk UMKM, karena UMKM tersebut selama ini tidak mengetahui strategi bisnis jenis apa yang digunakan sehingga kinerja usaha UMKM tersebut mengalami penurunan produksi terutama pada saat *pandemic covid-19*.

Berdasarkan hasil wawancara, *social enterprise* Konveksi Berkah saat masa *pandemic covid-19* khususnya ditahun 2021, mengalami pembatasan kuantitas jumlah produksi karena adanya permasalahan penurunan produksi dari para konsumen Konveksi Berkah. Permasalahan tersebut terjadi dikarenakan *social enterprise* Konveksi Berkah belum menerapkan strategi bisnis maupun melakukan analisis strategi bisnis yang tepat pada usaha yang sedang dijalaninya. Hal tersebut dapat dilihat dalam data penjualan *social enterprise* Konveksi Berkah pada tahun 2021 sebagai berikut:



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Konveksi Berkah Tahun 2021

Sumber: Data Penjualan Produk *Social Enterprise* Konveksi Berkah 2021

Berdasarkan data penjualan diatas, dapat disimpulkan bahwa penjualan yang terjadi pada *social enterprise* Konveksi Berkah mengalami penurunan yang signifikan. Penjualan Konveksi Berkah sempat mengalami kenaikan penjualan khususnya dibulan April dikarenakan saat itu bulan Ramadhan sehingga banyak para konsumen melakukan pembelian kepada *social enterprise* Konveksi Berkah. Sedangkan pada bulan lainnya penjualan Konveksi Berkah mulai mengalami penurunan, karena adanya kebijakan pada awal tahun 2020 mengenai peraturan *lockdown pandemic covid-19* sehingga berdampak pada penjualan di tahun 2021 yang mengalami penurunan penjualan.

Kehadiran *social enterprise* berbentuk UMKM ini akan membantu pertumbuhan perekonomian sekitar, karena bentuk UMKM ini adalah *social enterprise*. Konveksi Berkah dinyatakan sebagai *social enterprise* karena UMKM mereka sudah sesuai dengan dimensi kewirausahaan sosial yang dinyatakan Praszkie & Nowak (2011) serta mereka juga bekerjasama (bermitra) dengan masyarakat sekitar khususnya ibu-ibu janda atau yang kurang mampu dengan cara memberdayakan masyarakat sekitar yang membutuhkan pekerjaan untuk meningkatkan pendapatan perekonomian keluarga atau rumah tangga disekitaran Konveksi Berkah. Hal ini juga selaras dengan pernyataan yang dirangkum oleh Hulgard (2010) bahwa definisi *social enterprise* adalah sebuah usaha yang menciptakan nilai sosial dari hasil bekerjasama dengan orang-orang atau masyarakat sipil dibidang sosial sehingga menyiratkan kegiatan ekonomi.

Agar *social enterprise* Konveksi Berkah tetap bertahan dengan permasalahan yang terjadi, maka diperlukan cara untuk meningkatkan kinerja usaha tersebut. Salah satu cara untuk meningkatkan kinerja usaha *social enterprise* Konveksi Berkah adalah dengan mencari formulasi model bisnis menggunakan analisis SWOT untuk menggambarkan kekurangan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada usaha ini.

Analisis SWOT dimanfaatkan beberapa peneliti untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan sehingga perusahaan tersebut mampu bertahan dalam posisi persaingan yang ketat. Analisis SWOT juga diharapkan mampu membuat suatu rancangan pengambilan

keputusan dalam memutuskan suatu strategi internal dan eksternal (Nugraheni & Kirana, 2021). Kemudian, Rokhaenisza & Madiawati (2018) juga mengemukakan bahwa analisis SWOT terbukti dipakai banyak peneliti dalam penyusunan perencanaan strategi bisnis perusahaan dengan mengidentifikasi bermacam-macam faktor. Selain itu, penggunaan analisis SWOT bermanfaat dalam melakukan analisis strategi dengan meminimalisasikan kelemahan yang terdapat pada perusahaannya (Setyaningsih, 2018). Setelah dilakukan analisis SWOT kemudian dapat dihitung bobot, *rating*, dan *score* dari hasil SWOT sehingga dapat digunakan untuk menentukan formulasi strategi bisnis baru dalam meningkatkan kinerja usaha *social enterprise* Konveksi Berkah ketika sudah diketahui posisi kuadran usahanya menggunakan diagram SWOT.

Hal tersebut juga serasi dengan beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai strategi bisnis yang mengemukakan bahwa analisis SWOT cukup efektif dalam menemukan kekuatan dan peluang sebuah usaha guna menentukan rencana strategi bisnis perusahaan (Gudiato dkk., 2022; Nugraheni & Kirana, 2021; Rahmawati & Sutantri, 2019; Rokhaenisza & Madiawati, 2018; Setyaningsih, 2018; Sulistiani, 2014).

Berdasarkan uraian dari pemaparan latar belakang masalah di atas, maka diperlukan penelitian strategi bisnis untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi *social enterprise* Konveksi Berkah. Oleh karena itu, peneliti memilih judul “**Analisis Strategi Bisnis *Social Enterprise* Konveksi Berkah**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sudah teridentifikasi, maka fokus kajian dalam penelitian ini diarahkan untuk menganalisis dan/ atau menjawab permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum strategi bisnis yang diterapkan saat ini pada *social enterprise* Konveksi Berkah?
2. Bagaimana identifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada *social enterprise* Konveksi Berkah?
3. Bagaimana gambaran formulasi strategi bisnis terbaru *social enterprise* Konveksi Berkah menggunakan analisis SWOT?

1.3 Batasan Penelitian

Masalah yang telah teridentifikasi dalam latar belakang penelitian, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Fokus pada satu variabel, yaitu strategi bisnis.
2. Objek penelitian dilakukan pada *social enterprise* Konveksi Berkah.
3. Penetapan partisipan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *owner social enterprise* berbentuk UMKM bernama Konveksi Berkah.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, pembatasan masalah dan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Gambaran umum strategi bisnis yang diterapkan saat ini pada *social enterprise* Konveksi Berkah.
2. Gambaran identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada *social enterprise* Konveksi Berkah.
3. Gambaran formulasi strategi bisnis terbaru *social enterprise* Konveksi Berkah menggunakan analisis SWOT.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan, maka penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan dalam pendidikan secara langsung maupun tidak langsung. Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi, khususnya kewirausahaan.
 - b. Dapat digunakan sebagai bahan kajian lebih lanjut serta referensi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan strategi bisnis.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi peneliti

Dapat menambah pengalaman dan wawasan mengenai analisis strategi bisnis dalam meningkatkan kinerja sebuah usaha.

b. Bagi mahasiswa

Memberikan manfaat untuk pembelajaran atau penunjang studi dalam penelitian selanjutnya.

c. Bagi pemilik bisnis khususnya pemilik usaha *social enterprise* Konveksi Berkah

Sebagai bahan masukan kepada para pelaku usaha yang ingin mengembangkan dan memperbaiki kinerja usaha bisnisnya serta sebagai sumber informasi bagi para pelaku usaha dalam berwirausaha.

d. Bagi masyarakat luas

Sebagai sumber informasi dalam bidang kewirausahaan khususnya mengenai analisis strategi bisnis dalam meningkatkan kinerja usaha *social enterprise* Konveksi Berkah.