

MAJALAH MANAJEMEN & BISNIS **GANESHA**

ISSN : 2579 - 4922

VOLUME 1, NOMOR 2, NOVEMBER 2017

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Yang Berdampak Pada Niat Pembelian Ulang Konsumen
PT. Temprina Media Grafika
Achmad Mulyana, SE., MM

Upaya Peningkatan Kompetensi SDM Industri Kecil Menengah (IKM)
Dalam Menjawab Tantangan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)
Dr. Erna Widodo, MM

Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Industri Kecil Menengah (IKM)
Bakso Titoti Di Daerah Rawa Buntu Serpong
Prima Risanti

Pengaruh Faktor Kunci Terhadap Ramalan Laba Pada Prospektus
Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia
Rasmawati AR, SE., MM

Peranan Kepemimpinan Dan Keterlibatan Karyawan Terhadap Pengambilan
Keputusan Dan Dampaknya Terhadap Produktivitas PT. Sumber Kreasi Fumiko
Farmen Rizal, SE., MM

Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer Sebagai Pendukung
Pengambilan Keputusan Pimpinan Perusahaan Atau Organisasi
H. A. Firmansyah, S.Kom., MM

Strategi *Human Capital* : Sebuah Paradigma Bagi Para Eksekutif?
Dr. Sugeng Prayetno, MM., CHRA

Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)
Dr. Warsono. M.Pd



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
GANESHA - JAKARTA**

MAJALAH MANAJEMEN & BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
GANESHA - JAKARTA
Volume 1, Nomor 2, November 2017

- Diterbitkan oleh** : STIE GANESHA PRESS
- EDITORIAL**
- Penanggung Jawab** : Dr. Warsono, M.Pd
- Redaksi Pelaksana** : Fahri, SH., MM., MH
Abdul Kohar, S.Pd., M.Pd
Fuad Gagarin, SE., MM
- Editor** : Dr. Ir. Sugeng Prayetno, SE.,MM
Dr. Ir. Agus Hariyadi, MM
- Penyunting** : Hendra Permadi, ST, MM
- Mitra Bestari** : Dr. Erna Widodo, MM
Achmad Mulyana, SE., MM
- Layout & Desain** : Devan Rizaldi, S.Kom
- Administrasi Umum** : M. Tafsiruddin, M.Kom
Slamet Rudjito, SE., MM
Amir Hamzah, SH.I., MM

Alamat Redaksi :

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
GANESHA – JAKARTA
Jl. Legoso Raya No. 31 Ciputat Jakarta Selatan
Telepon : (021) 744 3078, Fax. (021) 7471 0842
Email : majalah.ganesha@yahoo.com
(Terbit 2 kali dalam satu tahun : April dan November)

Penerbit :

STIE GANESHA PRESS
Jl. Legoso Raya No. 31 Ciputat Jakarta Selatan
Telepon : (021) 744 3078, Fax. (021) 7471 0842

DAFTAR ISI
MAJALAH MANAJEMEN & BISNIS
GANESHA
Volume 1, Nomor 2, November 2017

Pengantar dari Redaksi	i
Daftar Isi	ii
Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Niat Pembelian Ulang Konsumen PT. Temprina Media Grafika Achmad Mulyana, SE., MM	1 - 18
Upaya Peningkatan Kompetensi SDM Industri Kecil Menengah (IKM) Dalam Menjawab Tantangan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) Dr. Erna Widodo, MM	19 - 32
Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Industri Kecil Menengah (IKM) Bakso Titoti Di Daerah Rawa Buntu Serpong Prima Risanti	33- 43
Pengaruh Faktor Kunci Terhadap Ramalan Laba Pada Prospektus Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia Rasmawati AR., SE., MM	44- 58
Peranan Kepemimpinan Dan Keterlibatan Karyawan Terhadap Pengambilan Keputusan Dan Dampaknya Terhadap Produktivitas PT. Sumber Kreasi Fumiko Farmen Rizal, SE., MM	59- 80
Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Pimpinan Perusahaan Atau Organisasi H.A Firmansyah, S.Kom., MM	81 - 96
Strategi <i>Human Capital</i> : Sebuah Paradigma Baru Bagi Para Eksekutif? Dr. Sugeng Prayetno, MM., CHRA	97-113
Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) Dr. Warsono, M.Pd	114-133
Panduan Untuk Penulis	134-137

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM) BAKSO TITOTI DI DAERAH RAWA BUNTU, SERPONG

Prima Risanti
Dosen STIE Ganesha Jakarta

ABSTRAK

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia sangat pesat, khususnya di bidang industri makanan. Banyak UMKM yang bermunculan tetapi tidak banyak yang dapat bertahan dalam jangka panjang karena banyak kendala dan persaingan yang dihadapi. Penelitian ini dilakukan pada Bakso Titoti, sebagai salah satu UMKM di bidang industri makanan, dengan maksud untuk menganalisa lingkungan internal dan eksternal dari Bakso Titoti. Selain itu penelitian ini juga dimaksudkan untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha Bakso Titoti. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan mengumpulkan data melalui wawancara semi terstruktur kepada informan yang ditentukan dengan teknik snowball sampling, kemudian uji validitas data dengan teknik triangulasi sumber. Hasil dari analisa internal dan eksternal usaha, selanjutnya dianalisa dengan analisa SWOT, kemudian ditentukan alternatif strategi yang efektif untuk pengembangan Bakso Titoti adalah dengan strategi pengembangan pasar. Strategi tersebut dapat diterapkan dengan kebijakan-kebijakan seperti membuka cabang baru atau menawarkan waralaba, menetapkan standar operasional perusahaan, dan memperkuat fungsi-fungsi internal bisnisnya.

Kata Kunci: Pengembangan Bisnis, Bakso Titoti, Analisis Strategi

ABSTRACT

The growth of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia is very rapid, especially in the food industry. Many SMEs are emerging but not many can survive in the long run because of many obstacles and competition faced. This research was conducted at Bakso Titoti, as one of UMKM in food industry, with the intention to analyze internal and external environment of Bakso Titoti. In addition, this research is also intended to formulate alternative business development strategies Bakso Titoti. This research uses descriptive qualitative research method, by collecting data through semi structured interviews to informants determined by snowball sampling technique, then test the validity of the data with triangulation technique source. The result of internal and external analysis of the business, then analyzed by SWOT analysis, then determined an effective strategy alternative for development of Bakso Titoti is with market development strategy. The strategy can be implemented with policies such as opening new branches or offering franchises, setting company operating standards, and strengthening the internal functions of the business.

Keywords: Business Development, Bakso Titoti, Strategy Analysis

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu industri yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam menyediakan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor produktivitas lainnya. Pariwisata adalah salah satu dari industri yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan. Pada negara-negara berkembang, pengaruh pariwisata sebagai suatu industri jelas terlihat dalam kehidupan sehari-hari, terutama pada industri kuliner seperti misalnya tumbuh dan berkembangnya usaha makanan dan minuman yang bersifat lokal yang banyak diminati wisatawan, dan tumbuh dan berkembangnya restoran, kafe dan bar yang bersifat lokal tetapi diminati wisatawan. Tidak mengherankan jika industri kuliner saat ini tumbuh sangat pesat. Masuknya industri kuliner ke dalam bagian dari pengembangan industri kreatif di Indonesia merupakan kesadaran dari pemerintah akan besarnya potensi yang ada di dalamnya. Selain karena jumlah penduduk Indonesia sebagai pasar domestik yang besar, Indonesia pun kaya akan keragaman lokal, yaitu beraneka makanan tradisional di tiap daerah, adanya pertumbuhan restoran atau usaha makanan di beberapa daerah di Indonesia semakin memperjelas hal tersebut. Industri kecil Menengah (IKM) merupakan salah satu motor penggerak yang cukup berperan dalam upaya pengembangan industri kuliner di Indonesia.

Menurut jenis lapangan usahanya, maka Industri Kecil Menengah dibagi menjadi sembilan sektor, yaitu (1) sektor pertanian, perkebunan, peternakan, kehutanan dan perikanan, (2) pertambangan dan penggalan, (3) industri pengolahan, (4) listrik, gas dan air bersih, (5) bangunan, (6) perdagangan, hotel dan restoran, (7) pengangkutan dan komunikasi, (8) keuangan, persewaan, dan jasa perusahaan, serta (9) sektor jasa-jasa. Dari kesembilan sektor tersebut, industri pengolahan merupakan salah satu sektor yang banyak diusahakan oleh IKM. Seiring dengan kemajuan di berbagai bidang yang membawa segala sesuatunya ke arah yang lebih praktis dan efisien, maka preferensi masyarakat juga berubah termasuk dalam hal pemenuhan kebutuhan pangan yang didukung oleh pola konsumsi masyarakat yang mulai bergeser ke masakan dan minuman jadi. Hal tersebut merupakan suatu peluang untuk membuka usaha yang menawarkan makanan yang diminati oleh semua kalangan. Bakso merupakan makanan dari olahan daging yang populer dan digemari semua lapisan masyarakat. Bakso banyak disukai karena rasanya yang enak, harganya terjangkau dan kaya akan nilai gizi seperti lemak, protein, karbohidrat juga mineral dan vitamin. Bakso merupakan makanan yang mudah didapatkan dimana saja, terutama di daerah Serpong. Saat ini, sudah banyak pengusaha yang menjalankan bisnis mi bakso, mulai dari pedagang kecil sampai dengan pedagang besar, pedagang keliling sampai dengan pedagang di mall-mall besar bahkan sebagian lagi

berdagang mi bakso dengan gaya resto. Dengan potensi konsumen yang sangat besar, tentunya peluang berbisnis mi bakso terbuka luas. Dari sekian banyak pebisnis yang berjualan mi bakso, tentunya terdapat sebagian pedagang yang hanya meraup keuntungan besar.

Pada tahun 2006, terjadi penurunan omzet yang cukup signifikan, hal ini disebabkan oleh adanya isu bahan pengawet berbahaya seperti boraks dan formalin yang ditambahkan oleh pedagang bakso. Setelah isu formalin dan boraks mereda, terjadi peningkatan omzet penjualan pada tahun 2007. Adanya keberadaan warung bakso sejenis yang berada di sekitar lokasi Bakso Titoti Rawa Buntu.

Pada tahun 2006, terjadi penurunan jumlah pengunjung yang cukup signifikan. Dan pada tahun 2008 Bakso Titoti Rawa Buntu kembali mengalami penurunan jumlah pengunjung. Penurunan jumlah pengunjung pada Bakso Titoti Rawa Buntu dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah :

- 1). Penurunan yang terjadi pada tahun 2006, disebabkan oleh adanya isu formalin yang ditambahkan oleh pedagang bakso di beberapa daerah di Indonesia. Adanya isu tersebut membuat masyarakat menjadi ragu untuk mengkonsumsi bakso. Hal tersebut sangat berpengaruh pada omzet penjualan Bakso Titoti Rawa Buntu.
- 2). Penurunan jumlah pengunjung yang terjadi pada tahun 2008 disebabkan oleh adanya pesaing baru, yaitu warung bakso sejenis yang membuka usahanya tidak jauh dari Bakso Titoti Rawa Buntu. Hal tersebut menjadi ancaman bagi Bakso Titoti Rawa Buntu dalam menarik pelanggan.

Bakso Titoti Rawa Buntu memiliki beberapa kelemahan dalam menjalankan usahanya, diantaranya adalah :

- 1). Pencatatan keuangan yang masih sederhana
- 2). Kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan
- 3). Keterbatasan peralatan modern

Dari beberapa kelemahan tersebut, saya tertarik untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal dari Bakso Titoti untuk merumuskan strategi yang diperlukan Bakso Titoti Rawa Buntu dalam mengembangkan usahanya.

Dengan latar belakang diatas, saya tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Industri Kecil Menengah (IKM) Bakso Titoti Di Daerah Rawa Buntu, Serpong “.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

- a) Apa faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan bagi Bakso Titoti Rawa Buntu, Serpong ?

- b) Apa Faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman bagi Bakso Titoti Rawa Buntu, Serpong ?
- c) Alternatif strategi apa saja yang paling sesuai bagi perusahaan untuk mengembangkan usahanya ?

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam laporan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Menganalisis faktor internal yang dilihat dari kelemahan dan kekuatan Bakso Titoti Rawa Buntu, Serpong.
- b) Menganalisis faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman bagi Bakso Titoti Rawa Buntu, Serpong.
- c) Mengkaji kelayakan bisnis Bakso Titoti Rawa Buntu, Serpong yang dinilai dari aspek keuangan.

1.4 Manfaat Penulisan

Manfaat Penulisan laporan penelitian terbagi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

- a) Manfaat teoritis
Secara teoritis, diharapkan dapat memberikan sumbangan penelitian di bidang ilmu Manajemen kepariwisataan yang berhubungan dengan pengembangan usaha terutama di bidang kuliner.
- b) Manfaat Praktis
Bagi pihak yang terkait, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna untuk bahan informasi sebagai berikut :
 - Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan penulis mengenai strategi pengembangan usaha, terutama di bidang kuliner.
 - Sebagai bahan masukan bagi objek penelitian untuk mengembangkan usaha yang sedang berjalan.

1.5 Ruang Lingkup Penulisan

Penelitian ini hanya mencakup penyusunan alternatif strategi pengembangan Bisnis Bakso Titoti di daerah Rawa Buntu, Serpong, yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan internal dan eksternal.

Analisis yang dilakukan adalah analisis yang terbatas pada strategi pengembangan Bisnis Bakso Titoti. Alat analisis yang digunakan yaitu internal factor evaluation (IFE), external factor evaluation (EFE), matriks internal-eksternal (I-E), dan matriks SWOT.

1.6 Metode Penulisan

Metode yang berkaitan dengan penulisan laporan penelitian maka dapat di artikan bahwa cara kerja untuk menuliskan laporan penelitian.

Jenis penelitian yang dilakukan oleh saya adalah jenis penelitian dengan metode kualitatif deskriptif. Menurut Nazir (2005), metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu

kelas peristiwa pada masa sekarang. Dalam penelitian ini akan dilakukan analisa terhadap lingkungan internal dan eksternal usaha, analisa dan matriks SWOT, dan dirumuskan strategi alternatif. Metode penulisan menggunakan deskriptif kualitatif, yaitu dengan mengadakan wawancara semi terstruktur, dengan tujuan menemukan permasalahan secara lebih terbuka dan pihak yang diajak wawancara diminta pendapatnya.

Untuk menganalisa data yang diperoleh, saya menggunakan 3 tahap kunci, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menguji keabsahan data, maka saya menggunakan teknik triangulasi sumber data Menurut Patton (dalam Moleong, 2005), triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

II. DESKRIPSI BAKSO TITOTI

Bakso Titoti adalah salah satu kedai bakso yang sudah cukup lama melegenda. Berjualan sejak tahun 1971, awalnya pemiliknya Bakso Titoti hanya ikut orang untuk berjualan Bakso di Jakarta. Akhirnya pada tahun 1987 mulai membuka kedai Bakso di daerah kota Bambu Jakarta Barat (sebelumnya berjualan dengan cara dipikul dan dengan gerobak dorong). Akhirnya dengan kerja keras dan ketekunan serta dedikasinya untuk menjaga kualitas, saat ini Bakso Titoti memiliki lebih dari 14 cabang.

Pemilik Bakso Titoti yang legendaris ini adalah (Alm) Pak Slamet Triyanto yang asli Wonogiri. Nama Titoti sendiri diambil dari nama anak anak dari Pak Slamet ini, yaitu Nuryanti, Hertanto, dan Dian Susanti.

Salah satu cabang Bakso Titoti di Jl Buaran, Serpong menghabiskan 15 kg daging sapi setiap harinya. Dalam penyajiannya, satu mangkok baso Titoti dilengkapi dengan tahu Bakso khas Wonogiri, tetelan sapi, mie bihun dan mie kuning serta daun bawang sebagai penyedap. Pilihan jenis Baksonya pun beragam, mulai dari Bakso Urat, Bakso Telur dan Bakso kecil kecil.

Selain dari menu Bakso, ada juga menu andalan disini adalah Mie Ayam. Tenang saja, menikmati Mi Ayam disini bisa juga ditemani dengan Bakso Titoti yang enak itu. Kuah dalam Mi Ayam sengaja dibuat tidak banyak, supaya dapat dikombinasikan dengan bakso kuah yang disajikan dalam mangkok terpisah.

Harga dari Bakso Titoti sendiri cukup terjangkau, bisa dinikmati mulai dari kalangan mahasiswa sampai dengan pejabat pemerintahan pun banyak yang menjadi pelanggannya. Kunci dari kualitas Bakso Titoti adalah hanya menggunakan daging sapi sepenuhnya, dan dengan tambahan putih telur sebagai adonannya. Tekstur yang lembut dan sedikit kenyal merupakan kualitas yang selalu dijaga oleh Bakso Titoti. Sedangkan Bakso Uratnya, walaupun teksturnya terlihat kasar, ternyata lembut rasanya dimulut.

III. PEMBAHASAN

Analisa Internal berdasarkan fungsi bisnis pada Bakso Titoti, yaitu fungsi pemasaran, keuangan, produksi/operasional, dan sumber daya manusia. Pada fungsi pemasarannya :

1. Analisa konsumen: Bakso Titoti menarget konsumen golongan apapun baik muda sampai tua, pada tingkat ekonomi kelas menengah ke atas. Bakso Titoti ini memang memiliki harga jual yang lebih mahal dibanding rata-rata harga bakso lainnya. Pemilik memang menarget pasar masyarakat kelas menengah ke atas karena ingin menjual bakso dengan kualitas yang baik. Rasa dan kualitas lebih penting bagi konsumen, sedangkan harga bukan masalah bagi masyarakat kalangan menengah ke atas.
2. Perencanaan Produk/Jasa: Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bakso Titoti dalam perencanaan produk dan jasanya adalah mengutamakan pada kepuasan pelanggan pada produknya, yaitu dengan menyediakan produk bakso yang berkualitas, disukai masyarakat, dan sehat. Selain itu Bakso Titoti juga menyediakan tempat yang nyaman dan bersih bagi pelanggan yang makan di tempat, sehingga dapat memenuhi kepuasan pelanggannya.
3. Penjualan Produk/Jasa: Aktifitas pemasaran dalam penjualan Bakso Titoti hanya ketika membuka cabang baru berupa penyebaran brosur untuk mengenalkan kepada masyarakat sekitar lokasi. Sedangkan selebihnya lebih mengandalkan pada *word of mouth* pelanggannya untuk mempromosikan usahanya. Hal ini dinilai sebagai cara yang efektif untuk memasarkan produknya karena banyak pelanggan Bakso Titoti loyal.
4. Penetapan Harga: Harga jual yang ditetapkan Bakso Titoti saat ini adalah Rp. 17.000 untuk bakso campurnya. Bahan baku dan harga pasar sebagai dasar dalam penetapan harga jual tersebut. Bahan baku, terutama daging, merupakan biaya yang paling besar dalam produksinya. Oleh karena itu bahan baku berperan dalam penetapan harga jual Bakso Titoti. Selain itu, harga pasar juga menjadi pertimbangan penetapan harga untuk menciptakan harga yang bersaing dalam pasar.
5. Distribusi: Sistem distribusi yang diterapkan oleh Bakso Titoti adalah distribusi langsung. Usaha ini menyampaikan hasil produksinya langsung kepada konsumen. Produk-produk Bakso Titoti disalurkan melalui outlet-outletnya. Bakso Titoti memiliki 2 cabang di Jakarta yaitu di Kebon Jeruk dan di Pasar Minggu. 3 cabang di Tangerang yaitu di Ciputat, Serpong, Cikupa. 1 cabang di Bogor.

Cabang lainnya berada di Wonogiri sejumlah 2 cabang dan Solo 2 cabang serta di Sragen 1 cabang.

Pada fungsi keuangannya, kegiatan fungsi keuangan dalam usaha Bakso Titoti ini sangat kurang. Pengelola dalam keuangan dipegang oleh pemilik sendiri. Belum ada pengelolaan dana untuk jangka panjang yang dilakukan oleh Bakso Titoti. Dana yang diperoleh juga berasal dari hasil penjualan usaha hari sebelumnya. Analisa fungsi produksi/operasional terdiri dari 4 fungsi :

1. Proses: Jenis proses yang diterapkan oleh Bakso Titoti adalah proses make to stock, yaitu dengan memperkirakan pesanan dalam perencanaan produksi, kemudian melakukan produksi menghasilkan produk berupa bakso, sebagai produk utama, dan produk-produk lainnya, yang kemudian barang jadi tersebut disimpan dan sedia untuk disampaikan kepada konsumen sebagai respon dari pesanan konsumen. Kebersihan dan kesehatan dalam proses produksi juga menjadi hal yang utama bagi pemilik, sehingga pemilik menjamin bahwa hasil produksinya higienis dan sehat, tidak menggunakan bahan pengawet maupun zat berbahaya lainnya. Dalam produksinya, Bakso Titoti tidak menggunakan peralatan dan teknologi, produksinya hanya menggunakan tenaga kerja manusia.
2. Kualitas: Dalam hal kualitas produk barangnya, fungsi produksi/operasional Bakso Titoti ini memastikan bahwa produk yang dihasilkannya memiliki kualitas yang tinggi. Jaminan kualitas menjadi hal yang utama bagi Pak Slamet. Tenaga kerja yang digunakan dalam produksi Bakso juga merupakan pekerja yang terlatih untuk membuat dan mencetak bakso dengan baik sesuai standar.
3. Kapasitas: Tenaga kerja yang digunakan untuk produksi dapat menggunakan seluruh karyawan operasional karena produksi dilakukan di pagi hari sebelum jam operasional. Sehingga apabila ada pesanan khusus dari pelanggan, Bakso Titoti tetap dapat meningkatkan jumlah produksinya untuk memenuhi permintaan pelanggan.
4. Inventori: Pemesanan bahan baku utama Bakso Titoti, yaitu daging sapi, dilakukan setiap hari di pagi hari, untuk memastikan bahwa daging sapi yang digunakan untuk produksi dalam kondisi segar.

Fungsi sumber daya manusia pada Bakso Titoti kurang optimal. Pelatihan karyawan pada bakso Titoti hanya berlaku untuk mengenalkan pekerjaan kepada karyawan baru, bukan untuk meningkatkan kemampuan dan memotivasi karyawan. Hal ini dinilai cukup untuk Bakso Titoti saat ini karena karyawan dinilai sudah dapat mengerti dan mengerjakan pekerjaannya masing-masing. Tetapi pemilik sendiri mengakui bahwa karyawan-karyawannya yang kurang

terlatih tersebut mengakibatkan pelayanan kepada konsumen tidak bisa maksimal.

Hasil analisa lingkungan eksternal menggunakan Porter's Five Forces model. Berikut hasil analisisnya:

1. Persaingan dengan Pesaing

Menurut informan jumlah pesaing Bakso Titoti banyak. Bersaing dengan para penjual bakso lainnya baik dari tingkat outlet bakso keliling hingga penjual sekelas dengan Bakso Titoti. Dalam menghadapi persaingan dengan pesaing yang banyak tersebut Bakso Titoti memberikan keunggulan persaingan berupa standar produk yang terjamin. Produk Bakso Titoti diproduksi dengan bahan-bahan berkualitas, komposisi dan rasa yang konsisten dan disukai konsumen, tanpa penggunaan bahan pengawet, dan terjamin kebersihannya. Menurut informan-informan pelanggan Bakso Titoti tidak mudah beralih merek sekalipun dalam persaingan dengan pesaing yang banyak.

2. Potensi masuknya pesaing baru

Tidak dibutuhkan tingkat pengalaman yang tinggi untuk masuk dalam industri yang sama. Mudah untuk memulai usaha dalam industri ini. Tetapi tidak mudah untuk tetap bertahan dalam persaingan industri tersebut. Umumnya konsumen Bakso Titoti memiliki loyalitas pada produknya dalam menghadapi munculnya pesaing baru. Terutama pelanggan Bakso Titoti yang sudah lama berlangganan. Menurut para informan, bakso merupakan makanan kegemaran banyak orang sehingga memiliki banyak peminat. Hal ini membuktikan bahwa potensi pasar dalam industri sejenis menarik.

3. Potensi produk pengganti

Produk pengganti dari Bakso Titoti adalah dari berbagai macam jenis makanan lain yang ada di sekitar lokasi penjualan Bakso Titoti. Informan-informan menilai bahwa harga produk pengganti bervariasi. Ada yang lebih mahal, tetapi secara keseluruhan memiliki harga yang relatif sama dengan harga Bakso Titoti. Para informan juga berpendapat bahwa konsumen dapat memilih dan mencoba jenis makanan lain sesuai selera mereka, tetapi tidak berarti bahwa pelanggan tersebut beralih dari Bakso Titoti. Oleh karena itu para informan sepakat bahwa munculnya produk pengganti tidak mempengaruhi usaha Bakso Titoti.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada Bakso Titoti, maka diperoleh beberapa kesimpulan yaitu : berdasarkan hasil analisis lingkungan internal pada bakso Titoti, maka perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan.

Adapun faktor-faktor strategi internal yang menjadi kekuatan bagi Bakso Titoti, adalah :

- 1). Baiknya mutu produk yang dihasilkan.
- 2). Terjaminnya supply bahan baku ke perusahaan.
- 3). Cita rasa yang dimiliki khas.
- 4). Cukup lamanya pengalaman yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan bisnis.
- 5). Komunikasi yang terjalin baik antara pemilik dan karyawan.

Sedangkan faktor-faktor strategi internal yang menjadi kelemahan bagi Bakso Titoti adalah :

- 1). Keterbatasan jumlah peralatan modern yang dimiliki perusahaan
- 2). Pencatatan keuangan masih sederhana
- 3). Kurangnya keterampilan dalam pengelolaan manajemen perusahaan
- 4). Belum memiliki hak paten

Kondisi pemasaran Bakso Titoti saat ini baik, sudah memiliki banyak pelanggan loyal, dan memiliki keunggulan produk. Tetapi aktifitas pemasaran masih minim, tidak ada promosi, pengiklanan melalui media apapun. Perusahaan hanya mengandalkan *word of mouth* pelanggan. Fungsi keuangan seperti perencanaan modal, penganggaran dana, dan investasi tidak ada dalam perusahaan. Pencatatan laporan keuangan juga masih minim. Standar operasional perusahaan masih belum ada. Proses produksi yang memiliki standar, karena pemilik turun tangan dalam proses produksi. Kualitas produk terjamin pada proses, bahan baku, rasa, dan kebersihannya. Tidak ada kegiatan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan maupun motivasi untuk meningkatkan kinerja karyawan.

Pada analisa lingkungan eksternal dapat disimpulkan bahwa: Pesaing yang bersaing dalam industri ini berjumlah banyak. Perusahaan mempertahankan keunggulan bersaingnya dengan menjaga kualitas produk dan kenyamanan konsumennya. Tidak ada hambatan yang cukup besar bagi pesaing baru untuk bersaing dalam industri. Tetapi hadirnya pesaing baru tidak berdampak karena pelanggan pada umumnya loyal, dan Bakso Titoti memiliki keunggulan bersaing. Produk pengganti dari produk perusahaan adalah jenis makanan-makanan lain. Perusahaan menganggap produk pengganti sebagai pilihan lain bagi pelanggan untuk mengkonsumsi jenis makanan lain. Maka tidak berdampak pada perusahaan. Daya tawar pemasok utama, yaitu pemasok daging sapi, cukup kuat. Perusahaan hanya mempunyai satu pemasok, karena kualitas barangnya dianggap paling baik dan telah terbukti memenuhi kebutuhan perusahaan selama 20 tahun.

Daya tawar konsumen tidak menjadi ancaman karena konsumen tidak mudah beralih ke produk pesaing maupun produk pengganti. Harga jual produk yang diatas rata-rata juga dapat diterima oleh konsumen karena produk mempunyai keunggulan.

Hingga disimpulkan bahwa strategi alternatif yang paling cocok untuk pengembangan usaha Bakso Titoti adalah dengan strategi pengembangan pasar. Yaitu dengan membuka cabang usaha baru di daerah lain, maupun menawarkan waralaba, juga didukung dengan penetapan standar operasional perusahaan.

Untuk mengimplementasikan strategi tersebut fungsi-fungsi bisnis perusahaan perlu ditingkatkan. Pada fungsi pemasaran, kegiatan pemasaran seperti promosi pengiklanan perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk. Pada fungsi keuangan, keputusan perencanaan keuangan seperti perencanaan modal untuk investasi, penganggaran dana, juga pencatatan laporan keuangan perlu dilakukan. Pada fungsi operasional, standar operasional perlu ditetapkan terutama dalam pelayanan konsumen. Untuk proses produksi sudah cukup baik. Kapasitas produksi dapat mengikuti permintaan konsumen. Pada fungsi sumber daya manusia, pelatihan rutin karyawan perlu dilakukan untuk meningkatkan kemampuan karyawan, agar dapat menambah karyawan produksi, juga meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, untuk karyawan operasional depot.

IV. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Bakso Titoti telah memenuhi 4 faktor penjaminan kepuasan pelanggan, yaitu :

- 1). Tempat yang strategis
- 2). Harga yang terjangkau
- 3). Produk yang baik
- 4). Promosi yang cukup baik

4.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada usaha Bakso Titoti adalah :

- 1). Bakso Titoti Rawa Buntu sebaiknya mempertahankan mutu produk serta meningkatkan pelayanan. Mempertahankan mutu produk dapat dilakukan dengan cara mempertahankan bahan baku produk yang berkualitas dan menjaga kebersihan lingkungan produksi. Sedangkan untuk peningkatan pelayanan dapat dilakukan dengan cara bersikap ramah dengan pelanggan dan mmeberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.
- 2). Bakso Titoti sebaiknya mengganti sistem pengelolaan keuangan yang masih sederhana dengan sistem yang lebih modern. Upaya yang dilakukan adalah dengan menggunakan mesin kasir untuk tanda bukti pembayaran konsumen serta komputer untuk mengolah data arus kas masuk dan keluar serta laporan laba rugi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Kadin: Empat kendala penghambat pengembangan UMKM. Retrieved October 3, 2014, from <http://www.kabarbisnis.com/read/2845011>

Moleong, L. J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia