

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pengembangan usaha ditentukan pada kemampuan membangun sebuah usaha tersebut dengan strategi yang tepat. Tujuannya agar bisa mengontrol kendala yang ada. Pengembangan adalah setiap kegiatan yang dimaksudkan untuk mengubah perilaku yang terdiri dari pengetahuan, kecakapan, dan sikap agar pegawai memiliki pengetahuan atau pengetahuan yang baru, dapat menerapkan pengetahuan lama dengan cara yang baru, dan mempunyai minat yang lebih besar untuk menerapkan apa yang dia ketahui (Irawati, 2018). Pengembangan tidak akan berjalan dengan baik jika tidak ada manajemen strategi yang tepat. Manajemen strategi adalah suatu seni, teknik dan juga ilmu untuk mengformulasikan, mengimplementasikan mengevaluasi serta mengawasi berbagai keputusan fungsional organisasi yang selalu dipengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal (Setiawati, 2020).

Pengembangan usaha pada suatu industri sangatlah diharuskan apabila industri tersebut ingin berkembang menjadi lebih besar (Suparwo et al., 2018). Pengusaha harus selalu mengembangkan usahanya dan membuat strategi yang tepat. Strategi juga dapat diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah – daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu (Suprajang, 2015). Pengusaha harus bisa menghadapi kendala pada usahanya seperti adanya pandemi *covid-19*.

Pandemi ini, banyak usaha yang mengalami sebuah kendala sehingga usaha mendapatkan kerugian, dalam sebuah menyelesaikan kendala tersebut adalah dengan melakukan suatu strategi pengembangan usaha yang baik agar usaha tetap bertahan dalam masa pandemi. Pengusaha harus lebih berkerja keras dalam melakukan pengembangan usahanya, dengan melakukan sebuah inovasi pada usaha, dan fokus dalam pengembangan usaha.

Penelitian ini dilakukan di pengemasan minyak goreng yang berlokasi di Kecamatan Driyorejo, Kabupaten Gresik. Fenomena yang berada di perusahaan minyak goreng menarik untuk dilakukan sebuah penelitian

bagaimana strategi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan pengemasan minyak goreng, pada penelitian dilakukan pendekatan dengan menggunakan sebuah *Disruption Management*. *Disruption Management* meliputi *supply*, produksi, distribusi, dan konsumen. wawancara yang dilakukan pada pemilik perusahaan pengemasan minyak goreng terdapat sebuah pengamatan berdasarkan empat faktor yaitu *supply*, produksi, distribusi, dan konsumen.

Wawancara di perusahaan pengemasan minyak goreng mendapatkan hasil yaitu kendala yang sulit di kontrol dibagian *supply* bahan baku minyak goreng. Keterlambatan bahan baku minyak goreng dikarena pihak perusahaan pengemasan minyak goreng tidak mempunyai mobil tangki sendiri, sehingga proses produksi dan distributor sering terganggu. Perusahaan dalam melakukan suatu pengembangan usaha harus melakukan pengelompokan suatu faktor – faktor dari faktor internal dan eksternal agar perusahaan dapat melakukan antisipasi keadaan yang akan terjadi.

Penelitian yang berada di perusahaan pengemasan minyak goreng dilakukan dengan menggunakan analisis bisnis yang dilakukan dengan menentukan sebuah faktor internal dan Faktor eksternal kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dengan menggunakan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) .

Perencanaan strategi yang tepat untuk perusahaan pengemasan minyak goreng menggunakan penerapan analisis SWOT, penerapan startegi usaha pengemasan akan diterapkan pada empat faktor analisis SWOT menurut (Mita dwi anggraini, 2019).

Keempat faktor analisis SWOT adalah sebagai berikut :

- a. Kekuatan (*Strengths*) : Situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dari perusahaan
- b. Kelemahan (*Weaknesses*) : Kegiatan – kegiatan yang berjalan tidak baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan tetapi tidak dimiliki perusahaan.
- c. Peluang (*Opportunity*) : Faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memanfaatkannya.

- d. Ancaman (*Threats*) : Faktor negatif dari lingkungan yang memberikan hambatan bagi berkembangnya atau berjalannya perusahaan.

Analisis SWOT adalah merupakan sebuah analisis pada kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Oktaviani & Prasetyawati, 2019). Tujuan analisis tersebut adalah mencegah perusahaan dari sebuah Ketidakpastian dari kebijakannya. Perusahaan pengemasan minyak goreng membutuhkan sebuah pengiriman bahan yang tepat waktu agar proses produksinya tidak mendapatkan sebuah kendala dan bisa lancar.

Dalam suatu metode SWOT, perusahaan dapat melihat sebuah kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sehingga perusahaan dapat mempunyai gambaran yang luas dalam mengenai kondisi sebuah perusahaan untuk merancang strategi yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang ada di perusahaan pengemasan minyak goreng.

I. RUANG LINGKUP DAN BATASAN MASALAH

1. Ruang Lingkup

Penelitian dilakukan dari perusahaan pengemasan minyak goreng divisi pengemasan Kecamatan Driyorejo, Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur.

2. Batasan Masalah

Supaya batasan masalah pada penelitian ini mempunyai arah dan tujuan dengan jelas maka diperlukan sebuah batasan masalah yaitu :

- a) Penelitian dilakukan bagian produksi pengemasan minyak goreng.
- b) Dalam keadaan *covid – 19*.
- c) Hanya pengemasan minyak goreng saja.
- d) Hanya distrupsi *supply* saja.

II. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini mengacu pada hal – hal sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pemetaan *supply* manajemen perusahaan pengemasan minyak goreng ?

2. Bagaimana strategi mengetahui ketidakpastian *supply* bahan baku dengan pendekatan *Distrupsi Management* ?

III. TUJUAN DAN MANFAAT

1. Tujuan
 - a. Mengidentifikasi gangguan – gangguan di usaha pengemasan minyak goreng.
 - b. Menjelaskan startegi ketidakpastian bahan baku minyak goreng menggunakan *Disruption Management*.

2. Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari sebuah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti

Mendapatkan sebuah pengalaman baru dalam melakukan sebuah penelitian yang terkait dengan membuat startegi pengembangan usaha dengan meningkatkan penjualan.

- b. Bagi perusahaan

Perusahaan mendapatkan sebuah informasih dan sebuah kerangka yang baru sehingga bisa memperbaiki sebuah startegi penjualan produk menjadi lebih baik dengan menggunakan *Disruption Management*.

- c. Bagi Mahasiswa

Menambah sebuah pengetahuan bagi mahasiswa dan untuk tambahan refrensi sehingga menambah ilmu untuk membuat strategi pengembangan dengan *Disruption Management*