

Strategi Pengembangan Usaha untuk Meningkatkan Daya Saing pada UMKM Ekonomi Kreatif Aroma Bakery 3 di Kota Bengkulu

Erwani Yusuf¹⁾; Yarni Julianti²⁾

^{1,2)} Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: ¹⁾ erwaniy@umb.ac.id; ²⁾ yarniulianti1212@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [27 Juni 2022]

Revised [28 Juli 2022]

Accepted [29 Agustus 2022]

KEYWORDS

Business Development Strategy, Competitiveness, Creative Economy, UMKM

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan daya saing pada usaha mikro Aroma Bakery 3 di Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Aroma Bakery 3 selalu melakukan pengembangan usaha, meskipun motif merubah keadaan seperti motif dari segi karakteristik dan modal usaha sangat tinggi pengaruhnya terhadap usaha. Peluang-peluang untuk mengembangkan usaha selalu ada. Aroma Bakery 3 memanfaatkan peluang usaha dengan melakukan penjualan dengan mengkanvas kwarung-warung seperti toko klontog dan minimarket serta memanfaatkan media sosial seperti whatsapp dan facebook sebagai alat untuk melakukan penjualan. Mereka mengadakan pelatihan di Aroma Bakery 3 yang diikuti oleh pemilik dan semua karyawan laki-laki. Munculnya wabah covid-19 membuat penjualan mengalami penurunan akibat adanya sosial distancing, namun usaha tetap terus berjalan dan tidak melakukan pemecatan terhadap karyawan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine how the business development strategy to increase competitiveness in the Aroma Bakery 3 micro business in Bengkulu City. This study uses a qualitative method. Data collection techniques in this study are observation, interviews and documentation. The data analysis technique used is data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of this study indicate that Aroma Bakery 3 always carries out business development, even though the motive for changing circumstances such as motives in terms of characteristics and business capital has a very high influence on the business. There are always opportunities for business development. Aroma Bakery 3 takes advantage of business opportunities by making sales by canvassing stalls such as klontog shops and minimarkets as well as utilizing social media such as WhatsApp and Facebook as a tool to make sales. They held a training at Aroma Bakery 3 which was attended by the owner and all male employees. The emergence of the COVID-19 outbreak caused sales to decline due to social distancing, but business continued and did not fire employees.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah usaha yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau badan usaha dalam lingkup yang kecil. Dalam perekonomian di Indonesia usaha mikro, kecil dan menengah merupakan kelompok usaha yang paling banyak jumlahnya. Menurut Dinas Kominfo dan Statistik Provinsi Bengkulu pada tahun 2019 terdapat 46.211 UMKM yang aktif di Provinsi Bengkulu. Di Kota Bengkulu terdapat 44.472 UMKM yang aktif, salah satunya UMKM Aroma Bakery.

Aroma Bakery merupakan salah satu toko roti yang sangat terkenal di sekitar Bengkulu. Aroma Bakery mempunyai 3 cabang dan disetiap cabang dimiliki oleh orang yang berbeda-beda. Aroma Bakery 1 terletak di jalan Bhayangkara No. 14 Sido Mulyo, Kecamatan Gading Cempaka, Kota Bengkulu. Aroma Bakery 1 sudah mempunyai 3 cabang di Kota Bengkulu dan 1 cabang yang ada diluar Kota Bengkulu yaitu berada di Curup Provinsi Bengkulu. Aroma Bakery 2 terletak di jalan Semangka, Padang Serai atau tepat disimpang Kandis. Aroma Bakery 3 terletak di jalan Sepakat, Sawah Lebar. Pada Aroma Bakery 2 dan Aroma Bakery 3 mereka belum mempunyai cabang. Resep Aroma Bakery di peroleh dari keluarga, yang diturunkan secara turun temurun.

Adapun tempat yang akan diteliti oleh peneliti yaitu di Aroma Bakery 3 yang terletak di jalan Sepakat No 21, Kelurahan Sawah Lebar, Kota Bengkulu. Peneliti akan mencari tau bagaimana strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan daya saing yang dilakukan oleh Aroma Bakery 3. Berdasarkan penelitian awal yang dilakukan oleh peneliti pada saat melakukan Studi Lapangan Terpadu (SLT) di Aroma Bakery 3, peneliti tidak melihat adanya strategi-strategi di Aroma Bakery 3 untuk mengembangkan usaha mereka, dan kurangnya memanfaatkan peluang-peluang usaha yang ada, serta

kurangnya penguasaan ilmu teknologi oleh karyawan di Aroma Bakery 3 sehingga membuat usaha sulit untuk berkembang. Dengan adanya permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Aroma Bakery 3.

Strategi merupakan cara paling umum untuk memutuskan kemana sebuah organisasi harus menuju untuk menyelesaikan setiap misinya (Onainor, 2019). Strategi adalah cara yang akan kita lakukan dalam mengembangkan usaha agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Keuntungan strategi adalah untuk meningkatkan pencapaian tujuan kerja. Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industri adalah sebuah karya untuk membedah situasi ekonomi baik didalam yang mencakup kekurangan, kualitas dan situasi ekonomi luar, khususnya bahaya yang akan dihadapi, kemudian pada saat itu mengambil keputusan untuk memutuskan teknik yang harus dilakukan.

Daya saing adalah kemampuan atau keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan agar dapat mengembangkan usahanya. Kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan memperkokoh pangsa pasar, kapasitas untuk secara konsisten mengembangkan eksekusi lebih lanjut dan kapasitas untuk menetapkan posisi yang berharga. Berkaitan dengan globalisasi, daya saing adalah kunci mendasar untuk berbuah dan bertahan. Daya saing bukan hanya dari barang yang tak terhitung jumlahnya tetapi juga dalam kualitas. Sifat barang-barang tersebut dapat diperoleh melalui pencitraan atau pembuatan barang-barang yang tidak sama dengan yang lainnya.

Ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif atau orang yang kreatif yang fokus pada pekerjaan. Industri kreatif digerakkan oleh para visioner bisnis (business), khususnya individu yang memiliki kapasitas inventif dan kreatif (Wahyuningsih & Satriani, 2019). Ekonomi kreatif adalah sebuah ide di era moneter baru yang meningkatkan data dan daya cipta dengan mengandalkan pemikiran dan informasi dari SDM sebagai faktor utama penciptaan. Faktor yang mendorong penciptaan ekonomi kreatif adalah pemikiran dan persediaan. Imajinasi dan pemikiran sangat penting dalam gagasan ekonomi kreatif. Imajinasi harus sejalan dengan kemungkinan pengusaha dalam membuat barangnya.

LANDASAN TEORI

Penelitian Relevan

1. Penelitian dari Muh Rijal pada tahun 2018 yang berjudul "Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UD. Humaerah Motor Kabupaten Bone". Penelitian ini diterbitkan oleh Universitas Muhammadiyah Makasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu UD. Humaerah Motor bekerja pada prosedur yang serius dengan memberikan produk berkualitas dengan biaya yang wajar, menambah alat angkut, mengerjakan teknik waktu terbatas dengan menggunakan kemajuan mekanis dan mengikuti gambaran organisasi menurut populasi umum. Terdapat persamaan dan perbedaan penelitian oleh Muh Rijal dengan penelitian ini. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif.
2. Penelitian dari Endah Dewi Apriliana pada tahun 2019 yang berjudul "Strategi Pengembangan UMKM Batik Untuk Meningkatkan Daya Saing Batik Semarang Di Kampung Batik Kota Semarang". Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa UKM Batik di Semarang memiliki keseriusan yang sama dan memiliki intensitas kejam yang buruk. Ada semacam eksplorasi serupa dari tinjauan ini dengan penelitian yang dipimpin oleh para analis, untuk lebih spesifik keduanya menggunakan subjektif.
3. Penelitian dari Indah Dwi Pratiwi tahun 2019 yang berjudul "Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Melalui Marketing Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pusat Pelayanan Usaha Terpadu dan pelaku Industri Kerajinan Tapis Di Bandar Lampung)". Penelitian ini menggunakan penelitian Kualitatif. Konsekuensi dari penelitian ini menunjukkan bahwa teknik dalam memperluas keseriusan usaha miniature dalam pembuatan saluran di Kota Bandar Lampung adalah dengan mengarahkan persiapan para pelaku bisnis dan selanjutnya memberikan tata cara untuk membangun intensitas dibidang kreasi dan periklanan. Eksplorasi semacam ini dengan para ahli penelitian sama-sama menggunakan metodologi kualitatif..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Aroma Bakery 3 selalu melakukan pengembangan usaha, meskipun motif merubah keadaan seperti motif dari segi karakteristik dan modal usaha sangat tinggi pengaruhnya terhadap usaha. Peluang-peluang untuk mengembangkan usaha selalu ada. Aroma Bakery 3 memanfaatkan peluang usaha dengan melakukan penjualan dengan mengkanvas kewarung-warung seperti toko klontog dan minimarket serta memanfaatkan media sosial seperti whatsapp dan facebook sebagai alat untuk melakukan penjualan. Mereka mengadakan pelatihan di Aroma Bakery 3 yang diikuti oleh pemilik dan semua karyawan laki-laki. Munculnya wabah covid-19 membuat penjualan mengalami penurunan akibat adanya sosial distancing, namun usaha tetap terus berjalan dan tidak melakukan pemecatan terhadap karyawan.

Pembahasan

Biaya Pendidikan Tunggal (UKT) adalah suatu sistem angsuran dimana biaya pendidikan mahasiswa untuk satu periode kajian dipisahkan sama per semester dan tidak boleh ada biaya tambahan lainnya. Sedangkan hibah merupakan salah satu unsur penunjang dalam persekolahan. Dengan hibah tersebut, dipercaya dapat membantu siswa-siswi yang tertindas atau siswa-siswi yang mendominasi di sekolahnya (Ramadhon *et al.*, 2017)

Setelah dilakukan penelitian berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana didapat hasil $Y = 14,290 + 0,562X$. yang artinya jika beasiswa UKT bernilai 0, maka prestasi belajar mahasiswa sebesar 14,290. Sementara, koefisien regresi X sebesar 0,562 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 beasiswa UKT, maka nilai prestasi belajar mahasiswa bertambah sebesar 0,562. Dengan demikian tinggi rendahnya pemberian beasiswa UKT maka akan mempengaruhi terhadap prestasi belajar mahasiswa.

Dengan adanya program beasiswa Uang Kuliah Tunggal (UKT) tentunya akan sangat membantu mahasiswa dalam menempuh pendidikan di jenjang perguruan tinggi. Pada pemberian beasiswa ini tidak asal-asalan diberikan kepada mahasiswa. Tetapi beasiswa ini juga memiliki tahap-tahap yang harus dilakukan dengan persyaratan salah satunya tidak menerima jenis beasiswa lainnya. Dalam memberikan keputusan calon penerima UKT hal yang diperhatikan adalah keadaan keluarga, pendidikan orang tua, pendapatan orang tua, dan aset orang tua.

Sistem pemberian Beasiswa UKT ini diberikan langsung masuk ke tagihan semester mahasiswa, maka dengan sendirinya tagihan pembayaran mahasiswa akan berkurang. Sehingga adanya Beasiswa UKT sangat membantu pengeluaran orang tua yang memiliki perekonomian kebawah, apalagi pada masa pandemi Covid-19 ini, dimana perekonomian sangat turun drastis, sehingga sistem pembayaran UKT bernilai positif dan berpengaruh atas prestasi belajar mahasiswa, dimana mahasiswa tidak harus terlalu memikirkan biaya untuk kuliah dan mahasiswa dapat berprestasi.

Dilihat dari koefisien penjaminan (R) sebesar 0,426 maka pengaruh faktor bebas (Beasiswa UKT) terhadap variabel terikat (Prestasi Belajar) sebesar 18,20%. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa pemberian UKT berpengaruh terhadap prestasi belajar siswa-siswa Instansi, Persiapan dan Pelatihan Tenaga Kerja Instruktur, Perguruan Tinggi Muhammadiyah Bengkulu.

Hasil belajar mahasiswa ini dilihat dari hasil Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) melambung naik dengan kisaran IPK < 3,00 hanya 1,54% mahasiswa dan 3,01 – 3,50 sebanyak 10,76% mahasiswa dan IPK kisaran 3,51 – 3,99 sebanyak 60% serta yang mendapatkan IPK 4,00 sebanyak 27,70% dari total keseluruhan 65 mahasiswa/i. hal ini membuktikan bahwa sebanyak pengaruh beasiswa dapat menunjang prestasi dengan hasil belajar yang memuaskan dengan fasilitas yang disediakan universitas akan memberikan semangat belajar yang tinggi.

Mahasiswa cenderung belajar ketika tidak ada masalah diluar akademik yang terjadi terutama keuangan dalam pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) yang ditetapkan pihak Universitas seperti Universitas Muhammadiyah Bengkulu tidak melihat latar belakang mahasiswa/i, maka dengan beasiswa kebanyakan semakin termotivasi untuk meraih cita-cita sehingga meningkatkan Indeks Prestasi sehingga Seseorang melakukan latihan belajar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Aroma Bakery 3, maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu Aroma Bakery 3 selalu melakukan pengembangan usaha, meskipun motif merubah keadaan seperti motif dari segi karakteristik dan modal usaha sangat tinggi pengaruhnya terhadap usaha. Peluang-peluang untuk mengembangkan usaha selalu ada. Aroma Bakery 3 memanfaatkan peluang usaha dengan melakukan penjualan dengan mengkanvas kewarung-warung seperti toko klontog dan minimarket serta memanfaatkan media sosial seperti whatsapp dan facebook sebagai alat untuk melakukan penjualan. Mereka mengadakan pelatihan di Aroma Bakery 3 yang diikuti oleh pemilik dan semua karyawan laki-laki. Munculnya wabah covid-19 membuat penjualan mengalami penurunan akibat adanya sosial distancing, namun usaha tetap terus berjalan dan tidak melakukan pemecatan terhadap karyawan

Saran

1. Bagi usaha mikro Aroma Bakery 3, diharapkan agar terus melakukan pengembangan usaha dengan mengikuti pelatihan-pelatihan mengenai ITE agar bisa melakukan penjualan secara online, sehingga usaha dapat terus bertahan dan berkembang.
2. Untuk meningkatkan daya saing pada Aroma Bakery 3, diharapkan selalu melihat keinginan pasar, melihat produk yang banyak diminati serta selalu melibatkan teknologi didalam kegiatan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyas. Muhammad Rakib. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DALAM PENGUATAN EKONOMI KERAKYATAN (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). *Sosiohumaniora*, 19(2), 114–120. file:///C:/Users/USER/Downloads/12249-29232-1-PB.pdf
- Ayuni, R. (2016). *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Berbasis Olahan Ikan di Desa Sumber Jaya Kecamatan Kampung Melayu Kota Bengkulu*. 1(2), 8–10.
- Dewi, M. (2017). Perbedaan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Sepatu Merek Nike dan Adidas Di Bandar Lampung. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 11–21
- Jeklin, A. (2016). *No T. July*, 1–23
- Ninla Elmawati Falabiba, Anggaran, W., Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A., Wiyono, B. ., Ninla Elmawati Falabiba, Zhang, Y. J., Li, Y., & Chen, X. (2014). No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 5(2), 40–51.
- Nurani, N., Eni Widhajati, Eni minarni, & Mukhamad Eldon. (2021). Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di PLUT KUMKM Tulungagung. *Janita : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 45–52. <https://doi.org/10.36563/pengabdian.v1i1.260>
- Onainor, E. R. (2019). *strategi pengembangan usaha*. 1, 105–112.
- Runtunuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1803–1813. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5973>
- Septiyana, L., Nizaruddin, N., Rahmawati, N. I., Atma, S. R., Putri, A. S., & Astuti, N. (2020). Pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat melalui pengolahan makanan tradisional kerupuk dapros di desa gunung rejo. *DEDIKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 105–117.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Siti Sakinah. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Empiris pada Konsumen Seblak Sinija Kabupaten Magelang). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 6–43.
- Wahyuningsih, S., & Satriani, D. (2019). Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 195–205. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.172>
- Wibowo, H. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Menuju Koperasi Berbasis IT. *Maqdis : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 3(1), 17–30.