

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara umum strategi merupakan sebuah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak dan dapat direalisasikan, disamping itu strategi juga penting mempengaruhi kelancaran suatu bisnis dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi berdampak ke masa depan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional dan juga dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.

Menurut Witcher dalam buku *Manajemen Bisnis Kontemporer* (Saputra, 2020:72) menyatakan bahwa strategi merupakan suatu pendekatan untuk mengarahkan operasi-operasi perusahaan kepada arah dan tujuan yang berkelanjutan dari masa ke masa. Manajemen strategis menjadi acuan kerangka berpikir bagi seluruh pengambilan keputusan perusahaan berdasarkan kejelasan prioritas dan tujuan yang diinginkan.

Pentingnya penerapan strategi dalam suatu perusahaan karena strategi adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Saat strategi telah diterapkan maka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada perusahaan tersebut, dan langkah selanjutnya yang perlu diperhatikan dalam menjalankan bisnis yaitu melakukan pengembangan.

Perusahaan harus melakukan tindakan yang mengarah ke pengembangan perusahaan ketingkat lebih tinggi untuk berjalan usaha yang perlu dijalankan.

Pengembangan bisnis merupakan suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan bisnis serta kualitas dan kuantitas produk dari pada kegiatan ekonomi yang menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam mengembangkan bisnisnya para usaha dituntut bisa melihat peluang yang orang lain tidak bisa melihatnya, tidak bisa mengambil peluang, mengawali dan menjalankan usahanya dengan baik.

Menurut Elis (dalam Purwandari dkk, 2024:12) menjelaskan strategi pengembangan adalah dokumen yang menguraikan tujuan jangka panjang dan strategi organisasi. Ini adalah alat untuk menentukan tujuan organisasi dan tindakan apa yang akan diambil untuk mencapainya. Strategi pengembangan memberikan rincian bagaimana tujuan-tujuan ini akan dicapai, termasuk sumber daya, proses, dan personel yang diperlukan. Strategi pengembangan sangat penting bagi perusahaan karena menyediakan peta jalan untuk mencapai tujuan dan hasil yang diinginkan.

Strategi pengembangan bisnis yang baik berasal dari perencanaan strategi yang baik yaitu suatu proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi dengan tujuan meningkatkan daya saing untuk mengoptimalkan keunggulan kompetitif perusahaan melalui inovasi berkelanjutan, peningkatan kualitas produk atau layanan pelanggan yang lebih baik, serta pengembangan sumber daya manusia

dan pemasaran yang efektif sehingga mampu bertahan dan tumbuh di tengah persaingan yang ketat.

Sehubungan dengan pengembangan bisnis, hal ini tergantung pada kemampuan pengusaha dan pengelolanya dalam kegiatan bisnisnya setiap hari. Dikarenakan perkembangan juga merupakan proses, cara, perbuatan mengembangkan, dan tak hanya itu pengembangan juga merupakan bisnis yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan untuk tujuan mengembangkan bisnis secara berkelanjutan.

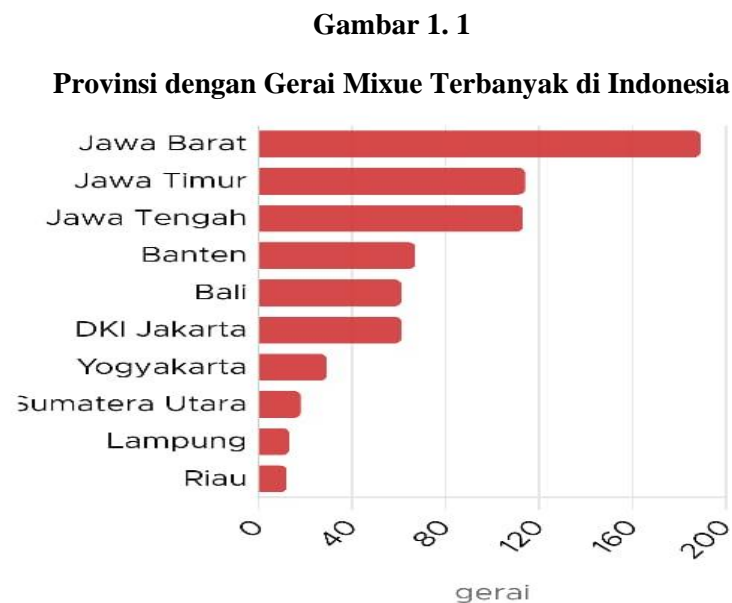
Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk mendapatkan laba, karena laba dibutuhkan untuk mempertahankan kelangsungan hidup di tengah-tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Terdapat banyak perusahaan yang menawarkan barang sejenis atau barang pengganti di pasar, sehingga masing-masing perusahaan harus berupaya secara kompetitif mengelola faktor-faktor keunggulan dan kelemahannya agar barang yang ditawarkan dapat memperoleh pangsa pasar. Perusahaan harus melakukan penilaian mampukah bisnisnya bertahan dipangsa pasar industri sejenis.

Di Indonesia industri makanan dan minuman khususnya segmen es krim terus mengalami pertumbuhan pesat. Produk es krim kini bukan hanya sekadar makanan penutup, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern, terutama di kalangan generasi muda. Es krim sering kali dianggap sebagai makanan penutup yang menyenangkan dan dapat meningkatkan suasana hati. Dalam konteks bisnis,

es krim merupakan produk yang menguntungkan dan dapat meningkatkan pendapatan bagi produsen dan pengecer, serta menciptakan lapangan kerja di sektor makanan dan minuman.

Di tengah persaingan yang semakin ketat, berbagai merek es krim berlomba-lomba menawarkan produk yang unik dan menarik perhatian konsumen. Salah satu merk yang berhasil menarik perhatian adalah Mixue, sebuah perusahaan waralaba yang menjual varian es krim, susu, dan minuman teh asal Tiongkok yang berhasil mengembangkan bisnisnya ke berbagai negara, termasuk Indonesia.

Mixue telah hadir di Indonesia sejak tahun 2020 dengan gerai pertamanya di Cihampelas Walk, Kota Bandung dan saat ini gerainya sudah tersebar di banyak kota dan kabupaten di Indonesia. Hal ini ditunjukkan pada diagram berikut :



Sumber : data.goodstats.id (2023)

Fenomena diatas menunjukkan bahwa hanya dalam waktu tiga tahun, Mixue berhasil memiliki banyak gerai yang tersebar di berbagai kota Indonesia.

Gerai Mixue terbanyak di Indonesia terdapat di pulau Jawa yakni Jawa Barat, Jawa Timur, dan Jawa Tengah dengan masing-masing 189 gerai, 114 gerai, dan 113 gerai.

Gerai Mixue selanjutnya terdapat di provinsi Banten dengan 67 gerai. Beralih ke Bali, ternyata disana juga terdapat banyak gerai Mixue dengan total 61 gerai. Setelahnya baru DKI Jakarta yang menjadi provinsi dengan jumlah gerai Mixue terbanyak di Indonesia yakni mencapai 40 gerai. Produk ini telah mendapatkan sertifikasi halal oleh Majelis Ulama Indonesia sejak awal 2023. Maka tak heran jika terdapat banyak gerai Mixue di Indonesia, pasalnya keberadaan Mixue sudah menjamur hingga ke pelosok negeri.

Mixue sendiri berasal dari kata Mi dan Xue dalam Bahasa Mandarin. Mi berarti “madu” yang diambil dari kata feng mi dan tiang mi yang berarti manis, sedangkan Xue berarti “salju”. Dalam kombinasi Mixue memiliki arti “salju yang manis seperti madu”. Makna unik dari nama Mixue tidak hanya menjadi pengetahuan menarik bagi pelanggan, tetapi juga menjadi cerita inspiratif bagi para pengusaha. Mengambil inspirasi dari arti namanya, pendiri Mixue. Zhang Hongchao, mengembangkan berbagai jenis es krim dan minuman dingin yang memiliki rasa manis dan menyegarkan.

Tidak hanya itu, Mixue menawarkan rasa yang sangat sesuai dengan preferensi orang Indonesia yang menyukai minuman manis. Hadir dengan konsep es krim yang terjangkau namun berkualitas, menjadikan pilihan favorit di kalangan berbagai usia. Keunikan produk, inovasi rasa, dan strategi pemasaran yang efektif telah membawa Mixue menjadi salah satu pemain penting dalam industri es krim

di Indonesia. Di kota Lhokseumawe, yang merupakan salah satu kota berkembang di Aceh, memiliki potensi pasar yang menarik bagi bisnis es krim. Dengan populasi yang cukup besar, khususnya kalangan muda yang menyukai kuliner kekinian, dan iklim tropis yang mendukung, Lhokseumawe menawarkan peluang yang menjanjikan bagi Mixue untuk memperluas jangkauannya.

Gambar 1. 2 Menu Mixue



Sumber: instagram@mixue.lhokseumawe (2024)

Berdasarkan gambar 1.2 dapat diuraikan bahwa menu Mixue mempunyai 4 jenis menu andalan. Menu pertama yaitu *fresh ice cream & tea* terdiri dari; Mixue ice cream merupakan es krim cone yang memiliki beberapa varian (vanilla, choco vanilla, dan choco), boba sundae merupakan es krim dengan saus brown sugar

syrup beserta toping boba yang kenyal, strawberry mi shake merupakan es krim dengan campuran green tea dan potongan strawberry asli, boba mi shake merupakan es krim berpadu dengan brown sugar dan topping boba yang kenyal, mango smoothies merupakan mangga asli berpadu dengan es krim vanilla, choco lucky sundae merupakan es krim dengan saus coklat serta kejutan topping di bawahnya, berry lucky sundae merupakan es krim berpadu dengan red bean yang lembut serta selai strawberry yang manis, ice cream tea merupakan teh dengan es krim di atasnya.

Menu kedua yaitu *real fruit tea* terdiri dari; fresh squeezed lemonade merupakan minuman sari lemon asli yang segar, lemon jasmine tea merupakan teh jasmin berpadu dengan sari lemon asli, lemon grey tea merupakan grey tea berpadu dengan sari lemon asli, peach earl grey tea merupakan potongan peach asli berpadu dengan yellow peach jelly dan early grey tea, mango oats tea merupakan jasmine tea berpadu dengan topping mangga asli beserta gandum, passion fruit tea merupakan teh dengan bulir asli berpadu dengan jeli kelapa serta boba yang kenyal, hawai fruit tea merupakan minuman dengan bulir markisa topping mangga yang manis dan yellow peach jelly yang kenyal, creamy mango boba merupakan minuman creamy dengan es krim dan mangga yang manis serta boba yang kenyal dan kelapa.

Menu ketiga yaitu *milk tea* terdiri dari; oats milk tea merupakan teh susu dengan gandum yang renyah, red bean milk tea merupakan teh susu dengan topping kacang merah, brown sugar pearl milk tea merupakan teh susu di lengkapi dengan brown sugar dan topping boba yang kenyal, coco jelly milk tea merupakan teh

dengan topping jeli kelapa yang lembut, supreme mixed milk tea merupakan milk tea dengan extra topping pearl, coconut jelly, oats dan brown sugar jelly.

Menu keempat yaitu *original tea* terdiri dari; original jasmine tea merupakan teh jasmin yang segar, original grey tea merupakan black tea yang segar, jasmine tea with 2 toppings merupakan teh jasmine dengan topping boba yang kenyal beserta jeli kelapa, grey tea with 2 toppings merupakan grey tea dengan topping boba yang kenyal beserta jeli kelapa.

Dari beberapa menu Mixue terdapat beberapa menu *best seller* yang dapat di rekomendasikan kepada konsumen yang pertama kali mencoba dan bingung memilih menu diantaranya boba sundae, mango smoothies with ice cream, berrybean sundae, oreo sundae, chocolate lucky sundae, strawberry mi shake ice cream, oats milk tea, dan coconut jelly milk tea.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, fenomena yang terjadi pada pengembangan bisnis yang berobjek pada Mixue Lhokseumawe ini yaitu produk yang ditawarkan merupakan produk yang langsung dinikmati dan menunya hanya terbatas pada es krim dan minuman. Keterbatasan menu yang hanya menawarkan es krim dan minuman menjadi masalah yang cukup signifikan bagi bisnis Mixue di Lhokseumawe, karena produk yang langsung dinikmati ini memerlukan variasi untuk memenuhi selera dan preferensi pelanggan yang beragam. Tanpa pilihan tambahan menu yang variatif, pelanggan cenderung merasa cepat bosan sehingga berpotensi menurunkan tingkat kunjungan dan loyalitas mereka.

Untuk memperkuat permasalahan yang terjadi penulis melakukan pra wawancara pada 1 orang pelanggan Mixue. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa minat awal ketertarikan pelanggan untuk mencoba Mixue sangat dipengaruhi oleh rekomendasi dari teman-teman mereka di media sosial. Pelanggan melaporkan bahwa mereka melihat foto-foto es krim yang menggoda di platform-platform tersebut sehingga mereka terdorong untuk merasakan pengalaman yang sama.

Frekuensi kunjungan pelanggan ke Mixue dipengaruhi oleh keberadaan menu baru atau promosi menarik. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya mencari produk yang enak, tetapi juga menghargai inovasi dan penawaran khusus yang membuat mereka merasa lebih terlibat. Pelanggan cenderung lebih loyal ketika mereka mendapatkan nilai lebih dari kunjungan mereka, terutama saat ada variasi rasa yang baru dan diskon menarik.

Pelanggan juga mengungkapkan bahwa menu yang ditawarkan saat ini masih kurang variatif dan berharap ada penambahan pilihan seperti makanan ringan dan dessert. Keberadaan variasi menu yang lebih banyak akan membantu memuaskan selera pelanggan yang beragam dan mendorong mereka untuk datang lebih sering.

Aspek lain yang menjadi perhatian adalah ukuran porsi dan waktu tunggu. Pelanggan merasa bahwa ukuran cup es krim yang disajikan tidak sebanding dengan isinya, yang sering kali membuat pelanggan kurang puas. Selain itu, antrian panjang yang sering terjadi juga menjadi masalah, karena pelanggan harus

menunggu lama untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan. Hal ini dapat menyebabkan pengalaman yang kurang menyenangkan bagi pelanggan.

Ditengah tingkat persaingan yang semakin ketat antara berbagai merek es krim lokal dan internasional, Mixue dihadapkan pada tantangan untuk tetap relevan dan menarik bagi konsumen. Untuk itu penting bagi Mixue mengembangkan strategi yang lebih efektif yang tidak hanya mencakup inovasi produk tetapi juga peningkatan pelayanan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis Mixue di Kota Lhokseumawe yang efektif dan berkelanjutan. Dengan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang komprehensif untuk membantu Mixue dalam meraih kesuksesan di pasar Lhokseumawe.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalahnya adalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis es krim Mixue Kota Lhokseumawe?
2. Faktor apa sajakah yang mempengaruhi pengembangan bisnis es krim Mixue Kota Lhokseumawe?

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang maka fokus utama penelitian ini adalah strategi pengembangan es krim Mixue Kota Lhokseumawe yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan bisnis es krim Mixue Kota Lhokseumawe.
2. Faktor yang mempengaruhi perkembangan bisnis es krim Mixue Kota Lhokseumawe.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis es krim Mixue Kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui faktor apa sajakah yang mempengaruhi pengembangan bisnis es krim Mixue Kota Lhokseumawe.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Manfaat Teoritis

1. Untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan suatu pemahaman dalam berfikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari mata kuliah yang diterima kedalam penelitian yang sebenarnya.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sebuah referensi bagi penelitian selanjutnya dalam menggambarkan dan mendeskripsikan suatu permasalahan.

2. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengimplementasikan teori-teori strategi pengembangan bisnis es krim Mixue Kota Lhokseumawe.
2. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pengembangan bisnis es krim Mixue dengan strategi yang sudah dijelaskan.