

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor ekonomi nasional di negara Indonesia yang sangat berperan dalam kehidupan masyarakat tidak lain adalah usaha kecil menengah (UKM). Usaha Mikro kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar (Rochayati et al., 2021).

Generasi milenial dengan karakteristik yang sangat melek teknologi, menyukai pengalaman baru, dan memiliki kesadaran yang tinggi terhadap kuliner, dan lebih cenderung menyukai makanan dengan citra rasa yang kuat termasuk pedas. Dan dengan demikian maka generasi milenial memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi pasar utama bagi bisnis kuliner. Menjalankan sebuah bisnis memerlukan strategi, strategi dimaksudkan untuk mempertahankan kelangsungan bisnis perusahaan dibanding para pesaing untuk memenuhi kebutuhan customer. Secara umum strategi yaitu pendekatan secara penuh yang berhubungan dengan pelaksanaan suatu ide atau gagasan perencanaan dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam waktu tertentu.

Menurut Engel (2014) strategi merupakan proses untuk menentukan arah yang harus dituju oleh suatu perusahaan supaya dapat tercapai segala misi. Seperti yang diketahui bahwa dalam pencapaian tujuan organisasi harus dibarengi dengan strategi dalam pencapaian tujuan.

Menurut Herawan A & Wijaya A (2020) menyatakan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi adalah proses dalam menentukan arah usaha dan juga merupakan rencana dalam bersaing dengan para pelaku bisnis lainnya agar usaha yang dibangun dapat terus berkembang meski banyaknya pesaing.

Pengembangan usaha merupakan proses dalam mempersiapkan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan serta pemantauan dalam pelaksanaan peluang pertumbuhan suatu usaha, namun tidak termasuk dalam keputusan terkait strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Menurut Yusda et al (2023), pengembangan bisnis yaitu penjualan yang dilaksanakan oleh segerombolan orang yang terorganisir dapat memperoleh keuntungan dalam memproduksi serta penjualan produk maupun jasa agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Dengan demikian penulis menyimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha adalah suatu penentuan arah perusahaan yang membutuhkan keputusan serta dorongan dari setiap usaha untuk menghasilkan produk atau jasa yang di butuhkan konsumen, yang memiliki pandangan kedepan supaya perusahaan dapat berkembang semakin besar baik dari segi produksi, brand, kosumen dan pendapatan perusahaan.

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan pecinta makanan pedas terbesar di dunia. Bahkan merujuk Menurut data dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas), yang dipublikasikan oleh Kementerian Pertanian,

pada tahun 2022, rata-rata konsumsi cabai per kapita di Indonesia mencapai 4,3kg per tahun. Angka ini mencerminkan tingginya konsumsi cabai di Indonesia yang menjadikannya sebagai salah satu negara dengan tingkat konsumsi cabai per kapita tertinggi di dunia. Preferensi terhadap makanan pedas ini pun akhirnya memengaruhi industry makanan dan minuman di Indonesia. Banyak produsen makanan yang menawarkan varian pedas untuk memenuhi selera konsumen yang tinggi akan rasa pedas. Tidak mengherankan jika Indonesia kerap disebut sebagai surganya makanan pedas dengan berbagai hidangan lokal yang mampu menggoyangkan lidah (Annisa Nur Jannah, 2024).

Menurut survei dari Licorice (2024) sebanyak 93,6% masyarakat Indonesia menyukai makanan pedas sedangkan 6,4% persen sisanya tidak terlalu menyukai makanan pedas. Banyak orang yang beranggapan tidak bisa makan jika tidak pedas atau tidak ada sambalnya. Hal ini menjadikan makana pedas sangat dicari dan memiliki olahan yang cukup banyak. Banyak yang mengira makanan pedas hanya menimbulkan penyakit saja namun faktanya banyak juga manfaat yang didapat pada makanan pedas. Menurut Halodoc.com ada beberapa manfaat makanan pedas untuk kesehatan yaitu bisa menurunkan berat badan, mencegah kanker, menyehatkan jantung, serta meningkatkan bakteri baik di usus. Namun tetap harus ada takaran untuk memakan makanan pedas karna jika berlebihan maka bisa menyebabkan diare, maag, serta bisa mengiritasi usus (Jihan nabila umar, 2024).

Di Lhokseumawe sebagai salah satu kota besar di Aceh, memiliki kekayaan kuliner yang beragam, termasuk kuliner pedas. Minat masyarakat terhadap makanan pedas terus meningkat seiring dengan semakin populernya tren

kuliner pedas di Indonesia. Kuliner pedas di Lhokseumawe umumnya memiliki perpaduan rasa yang unik, yaitu pedas, gurih, dan sedikit asam. Pengaruh kuliner Aceh yang kaya akan rempah-rempah sangat terasa pada cita rasa kuliner pedas di kota Lhokseumawe. Terdapat banyak jenis kuliner pedas di kota Lhokseumawe seperti mie aceh pedas, kari kambing, seblak dan berbagai jenis sambal.

Seblak adalah makanan khas Indonesia yang kaya akan rasa dan variasi. Dengan cita rasa yang unik dan mudah dimodifikasi sesuai dengan selera masing-masing. Seblak yang memiliki bahan baku yaitu kerupuk basah yang mengembang saat dimasak, selain itu juga tak kalah menarik adalah berbagai macam topping mulai dari sayuran hingga protein hewani seperti ayam, bakso, sosis,dan lainnya. Seblak juga memiliki rasa yang khas yaitu perpaduan antara gurih, pedas, dan sedikit asam dan tingkat kepedasan pada seblak tergantung dengan peminatnya.

Seblak Ronyok Lhokseumawe adalah salah satu seblak yang memiliki citra rasa yang unik serta yang mengalami perkembangan bisnis sangat pesat dalam waktu singkat. Anita Lestari S.Pd merupakan *founder* dari usaha ini yang telah didirikan pada Oktober 2022 yang berlokasi di Jl. Pase No.II, Keude Aceh,Kec. Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Aceh 24355. Usaha ini dimulai dari dapur rumah, open PO, ahad festival, event-event lain sampe pameran, Usaha ini booming pada Agustus 2023 dalam bentuk prasmanan hingga saat ini, dengan memiliki berbagai macam topping dengan harga yang terbilang murah namun kualitas rasanya sangat baik.

Keunikan rasa menjadi daya tarik utama Seblak Ronyok. Kombinasi rasa pedas, gurih, dan sedikit asam, ditambah variasi topping seperti ayam, bakso, dan

sosis, menjadikan seblak ini pilihan favorit masyarakat. Antusiasme konsumen begitu besar, terlihat dari antrian panjang bahkan sebelum outlet dibuka. Hal ini menunjukkan bagaimana inovasi rasa yang ditawarkan Seblak Ronyok mampu menciptakan pengalaman kuliner yang memuaskan, hingga pelanggan rela menunggu meskipun harus bersaing untuk mendapatkan tempat duduk.

Dalam kurun waktu satu tahun, Seblak Ronyok berhasil membuka tiga cabang tambahan di Krueng Geukueh, Bireuen I (Pulo Kitun), dan Bireuen II (Pante Pirak). Selanjutnya, pada tahun berikutnya, usaha ini kembali melakukan ekspansi dengan membuka satu cabang baru di Banda Aceh pada tahun 2025. Dengan total empat outlet yang aktif beroperasi, seblak ronyok berhasil memperluas jangkauan pasar dan membangun brand yang dikenal luas, terutama dikalangan anak muda.

Fenomena mencolok dari Seblak Ronyok terletak pada kecepatan perkembangan bisnisnya. Dalam waktu yang relatif singkat, mereka mampu memperluas jangkauan pasar dan membangun brand yang dikenal luas oleh masyarakat, khususnya kalangan muda. Hal ini menunjukkan bahwa Seblak Ronyok kemungkinan besar menggunakan strategi pengembangan usaha yang efektif. Perkembangan yang cepat ini menarik untuk diteliti lebih dalam, agar dapat diketahui strategi apa yang membuat usaha ini mampu tumbuh dengan pesat di tengah persaingan pasar kuliner pedas yang semakin ramai.

Terdapat beberapa faktor yang berperan penting dalam menentukan keberhasilan dan pertumbuhannya usaha seblak ronyok. Berdasarkan survey ditemukan bahwa kemampuan modal merupakan faktor dasar yang menentukan kemampuan usaha untuk bertahan dan berkembang. Modal yang cukup

memungkin kan owner untuk memenuhi kebutuhan operasional, meningkatkan kualitas produk serta memperluas skala usaha. Selain itu strategi pengembangan juga menjadi hal penting karna dapat mempengaruhi cara usaha untuk beradaptasi dengan pasar yang dinamis. Di sebalik ronyok penggunaan strategi seperti inovasi produk dan pemanfaatan platform digital diyakini akan berperan dalam menarik perhatian konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Potensi sumber daya manusia juga tak kalah penting dalam mendukung keberlanjutan usaha. Dengan memiliki sumber daya manusia yang terampil dan memiliki motivasi yang tinggi mampu bersaing dipasar yang semakin kompetitif. Dan yang terakhir yaitu pengelolaan usaha menjadi faktor yang menentukan apakah usaha tersebut dapat bertahan dalam jangka panjang. Pengelolaan yang baik mencakup pengaturan keuangan, pengendalian biaya, serta perencanaan yang matang untuk menghadapi tantangan yang ada di industri kuliner.

Melihat fenomena perkembangan seblak ronyok yang begitu pesat dan berhasil menarik perhatian pasar, terutama generasi milenial, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi pengembangan usaha yang diterapkan. Salah satu pendekatan yang relevan dalam untuk menganalisis hal ini adalah melalui strategi pemasaran yaitu dengan marketing mix.

Marketing mix melibatkan kombinasi elemen-elemen seperti produk, harga, promosi dan tempat (4P) untuk menciptakan nilai tambah bagi konsumen sekaligus memperkuat daya saing usaha. Dalam konteks seblak ronyok, pendekatakan ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana inovasi produk, penetapan harga yang terjangkau, promosi yang efektif, serta lokasi strategis outlet berkontribusi pada keberhasilan usaha ini. Dengan menganalisis strategi

marketing mix yang diterapkan oleh seblak ronyok, penelitian ini diharapakan mampu memberikan gambaran menyeluruh tentang langkah-langkah pengembangan usaha yang mendukung keberlanjutan bisnis kuliner lokal ditengah persaingan yang semakin ketat.



Gambar 1. 1 Menu Seblak Ronyok

Seblak Ronyok menerapkan konsep penyajian prasmanan sebagai bentuk inovasi dalam pelayanannya. Konsep ini memungkinkan konsumen untuk memilih sendiri jenis topping yang diinginkan sesuai selera masing-masing. Menu yang ditawarkan terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu topping basah dan topping kering, dengan harga yang sangat terjangkau, mulai dari Rp1.000 hingga Rp10.000 per item.

Topping basah mencakup berbagai jenis olahan seperti bakso (ikan, ayam, aci, tahu, urat, super), sosis (ayam, sapi, merah), telur puyuh, telur orak-arik, ceker ayam, sayap ayam, hati ayam, serta aneka dumpling dengan berbagai varian rasa seperti kari, rendang, dan keju. Selain itu, tersedia pula topping laut seperti udang basah, cumi-cumi, ekor udang, dan produk lain seperti jamur enoki, crab stick, hingga kikil. Sementara itu, topping kering terdiri atas cuanki (mini, lidah, tahu),

kerupuk (kuning, bunga, kuwuk), aneka mie (kuning, instan,bihun), makaroni, tahu, tulang, aneka sayur, hingga kembang tahu. Setiap topping memiliki harga yang disesuaikan berdasarkan jenis dan porsinya, namun tetap dijaga dalam kisaran harga yang ramah di kantong.

Konsep prasmanan ini menjadi salah satu strategi pelayanan yang memperkuat daya tarik Seblak Ronyok di mata konsumen, karena memberikan fleksibilitas, rasa kebebasan dalam memilih, serta pengalaman makan yang lebih personal. Strategi ini juga mendukung citra brand sebagai usaha kuliner modern yang mengikuti tren dan selera pasar, khususnya di kalangan anak muda.

Dalam rangka memahami lebih dalam tentang kondisi internal dan eksternal usaha seblak ronyok, penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis SWOT akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki oleh usaha seblak ronyok, serta peluang dan ancaman yang datang dari lingkungan eksternal. Kekuatan (*strengths*) yang dimiliki seblak ronyok akan dianalisis untuk memahami faktor-faktor apa yang akan menjadi keunggulan kompetitif usaha ini. Sedangkan kelemahan (*Weaknesses*) akan membantu untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau dikembangkan lebih lanjut. Disisi lain, peluang (*Opportunities*) yang ada akan mengarah pada faktor eksternal yang bisa dimanfaatkan untuk mendorong perkembangan usaha. Dan yang terakhir ancaman (*Threats*) akan mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang berpotensi menghambat perkembangan usaha seblak ronyok. Melalui analisis SWOT ini diharapkan seblak ronyok dapat memahami posisinya dengan lebih jelas dan memperoleh wawasan tentang langkah-langkah

strategis yang perlu diambil untuk meningkatkan daya saing dan mengatasi tantangan yang ada. Hasil ini juga akan memberikan dasar yang kuat untuk menyusun rekomendasi pengembangan usaha yang lebih terarah dan efektif.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Seblak Ronyok Lhokseumawe untuk meningkatkan daya saing?”

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka penelitian ini berfokus pada “strategi pengembangan usaha seblak ronyok dengan menggunakan analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing.”

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu “Untuk menganalisis strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Warung Seblak Ronyok Lhokseumawe untuk meningkatkan daya saing”.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a) Hasil penelitian ini diharapkan peneliti dapat mengetahui apa saja strategi pengembangan yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing dipasar kuliner.
- b) Untuk menambah wawasan serta pengetahuan penulis mengenai strategi pengembangan didalam sebuah usaha.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengimplementasikan teori-teori strategi pengembangan usaha.
- b) Sebagai bahan evaluasi kepada warung seblak ronyok Lhokseumawe dalam memilih srtategi pengembangan.