

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri kreatif saat ini merupakan salah satu peluang usaha dengan potensi yang cukup menjanjikan. Industri kreatif itu sendiri merupakan industri yang tercipta berkat kreativitas dan keterampilan individu atau kelompok untuk membantu terciptanya suatu lapangan pekerjaan. Industri kreatif diharapkan dapat memberdayakan daya cipta dan membantu meningkatkan perekonomian suatu daerah. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia subsektor industri kreatif antara lain kerajinan, kuliner, desain, musik, fashion, arsitektur dan layanan komputer maupun piranti lunak. Salah satu yang sedang berkembang di antara industri kreatif tersebut adalah sektor kuliner. Ketertarikan terhadap industri kuliner dapat dilihat dari jumlah usaha kuliner dengan beragam jenis pilihan di sekitar kita. Sektor kuliner juga menjadi pembangkit ekonomi kreatif daerah dan mendapat perhatian khusus dari Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. Industri kuliner mengalami pertumbuhan sebesar 9,8 persen pada triwulan 3 tahun 2016 (*web* Kementrian Perindustrian Republik Indonesia). Salah satu daerah di Indonesia yang mengalami perkembangan pada sektor kuliner adalah Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu faktor yang menyebabkan pertumbuhan industri ini karena Yogyakarta merupakan kota wisata dan kota pelajar. Perkembangan industri kuliner sangat mendukung berjalannya aktivitas ekonomi dan merupakan salah satu yang paling diminati karena dapat memberikan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Industri kuliner menduduki posisi yang strategis sehingga memiliki potensi yang baik untuk dijalankan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sektor kuliner tidak akan ada habisnya karena akan terus mengalami perkembangan.

Salah satu industri kuliner yang terus mengalami perkembangan yaitu produk *ice cream*. *Ice cream* merupakan produk yang disukai oleh semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Kesukaan terhadap *ice cream* ini karena banyaknya varian rasa dan pada umumnya berbahan dasar susu sapi. *Ice cream* sering disajikan dalam berbagai bentuk sehingga sangat menarik untuk dinikmati. *Ice cream* memiliki banyak kandungan gizi sehingga konsumen tidak rugi untuk membeli produk ini. Di Indonesia sendiri terdapat beberapa brand *ice cream* ternama antara lain walls, campina dan magnum. Namun, seiring dengan

perkembangan jaman konsumen dapat menikmati jenis-jenis *ice cream* yang sudah mengalami inovasi dari segi wujud maupun rasa. Es potong Singapore merupakan salah satu *ice cream* yang mengalami perkembangan dari segi bentuk dan muncul di Indonesia pada tahun 2013. Produk Es potong biasanya disajikan dengan roti tawar atau waffle sehingga konsumen akan merasa kenyang setelah mengkonsumsi produk es potong. Salah satu pionir munculnya es potong di Indonesia adalah Fruitzee Es potong Singapore milik sebuah perusahaan pembuatan es potong yaitu CV. Fruitzee Mitra Indonesia.

CV. Fruitzee Mitra Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di sektor kuliner khususnya pembuatan es krim. Produk es krim yang dikembangkan oleh perusahaan lebih di kenal dengan nama es potong Singapore. Usaha es potong Singapore didirikan oleh Bapak Yona Adiprasetya pada tanggal 05 Juli 2013. Pabrik pembuatan Fruitzee Es Potong Singapore berada di Jl. Alpokas 1 No. 42 A Leles, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Perusahaan mengadaptasi produk es potong Singapore ini dari produk es potong yang berada di pusat perbelanjaan Orchard Road, sebuah jalan utama di Singapore. Produk es potong Singapore memiliki 20 varian rasa dengan harga yang terjangkau yaitu Rp.10.000 dan Rp.12.000. Wujud es potong Singapore yaitu persegi panjang dengan potongan panjang sekitar 10 cm, tinggi 5 cm dan tebal 1,5 cm. Es potong di letakkan pada roti tawar (roti pelangi) yang menjadi produk pendukung dari es potong Singapore. Outlet penjualannya berada di 3 mall besar di Yogyakarta yaitu Jogja City Mall, Lippo Plaza dan Hartono Mall. Selain itu perusahaan memiliki beberapa mitra di luar daerah antara lain berada di Palembang (2 counter), Padang (1 counter), Magelang (1 counter), Jakarta (1 counter), Banjarmasin (1 counter) dan Malang (1 counter).

Berdasarkan hasil observasi pada CV. Fruitzee Mitra Indonesia permasalahan yang ditemukan antara lain terjadi penurunan pembelian terhadap produk es potong yang diproduksi oleh perusahaan. Penurunan tersebut mengakibatkan beberapa kali terjadi *loss profit* dan usaha yang dijalankan menjadi tidak berkembang. Pada tahun 2013 hingga 2014 omset penjualan es potong Singapore cukup menjanjikan. Beberapa mitra di luar Jogja menggunakan kesempatan ini untuk melakukan kerja sama dengan menjual produk Fruitzee Es Potong Singapore di daerah mereka. Hal ini dikarenakan produk es potong merupakan produk yang baru di Indonesia sehingga mitra kerja menjadi tertarik. Kondisi meningkatnya omzet es potong tidak bertahan terlalu lama sebab pada

akhir tahun 2015 hingga pertengahan tahun 2016 penjualan es potong mengalami penurunan. Meskipun pada tahun 2017 dan awal 2018 penjualan produk es potong Singapore stabil akan tetapi banyak mitra yang tidak melanjutkan kerja sama dengan CV. Pada tahun 2013 dan 2014 Perusahaan memiliki mitra yang berada di Balikpapan, Pontianak, Banjarnegara, Samarinda, Palangkaraya, Pangkajene, Makassar, Sumedang, Bandung, Pekanbaru dan Tasikmalaya, namun mitra penjualan tersebut tidak berlanjut. Kerjasama yang dilakukan dengan mitra luar daerah terhenti akibat penjualan es potong mengalami kerugian dan tidak berjalan dengan baik. Pada tahun 2014 mitra yang bekerja sama dengan CV. Fruitzee Mitra Indonesia sebanyak 26 mitra di 17 provinsi namun pada tahun 2018 tersisa 8 mitra di 6 provinsi. Pembukaan counter penjualan yang berada di 4 mall di Yogyakarta juga mengalami perubahan menjadi 3 mall. Counter es potong Singapore berada di Malioboro mall, Galeria mall, Lippo Plaza dan Jogja City Mall, namun saat ini yang tersisa berada di Lippo Mall, Jogja City Mall dan Hartono Mall.

Kemunculan kompetitor yang mirip dengan produk perusahaan dan inovasi-inovasi baru menambah daya saing usaha. Perusahaan sudah melakukan inovasi pada produk pendukung selain roti, perusahaan juga menggunakan waffle. Namun penggunaan waffle tidak seberhasil ketikan menggunakan roti sehingga banyak terdapat waffle yang tersisa. Sehingga perusahaan memerlukan tindakan yang mampu meningkatkan kembali keuntungan penjualan produk. Saat ini perusahaan masih belum menemukan strategi yang dapat meningkatkan kembali penjualan produk. Apabila perusahaan tidak melakukan tindakan yang berarti, maka akan berakibat pada pemberhentian hubungan kerja sama dengan mitra yang masih ada dan penutupan outlet-outlet yang berada di Yogyakarta.

Berdasarkan kondisi pada CV. Fruitzee Mitra Indonesia maka perencanaan strategi pengembangan sangat berdampak bagi penjualan es potong Singapore dan sangat dibutuhkan untuk menghadapi kondisi pasar. Beberapa tipe strategi antara lain strategi manajemen, strategi bisnis dan strategi investasi (Rangkuti, 1999). Dalam menjalankan suatu perencanaan strategi maka perlu dilakukan tahap pengumpulan data, tahap analisis dan tahap pengambilan keputusan. Usulan perencanaan strategi dapat digunakan untuk melakukan identifikasi terhadap kriteria yang menjadi pengaruh pada manajemen perusahaan dan

membantu perusahaan untuk melakukan tindakan yang dapat memperbaiki kondisi penjualan produk es potong Singapore.

1.2. Perumusan masalah

Perumusan masalah berdasarkan latar belakang pada CV. Fruitzee Mitra Indonesia yaitu perusahaan belum berhasil menemukan strategi bisnis yang tepat untuk menjalankan usaha penjualan es potong Singapore agar mampu meningkatkan profit dan mengembangkan usahanya

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan yang bertujuan untuk mencapai :

- a. Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh dalam membantu mengembangkan usaha es potong Singapore
- b. Memberikan usulan strategi bisnis pada CV. Fruitzee Mitra Indonesia untuk meningkatkan penjualan.

1.4. Batasan Masalah

- a. Produk yang di produksi oleh perusahaan yaitu fruitzee es potong Singapore
- b. Strategi yang usulan perbaikan berdasarkan dari hasil wawancara dan *brainstorming* dengan pemilik usaha.