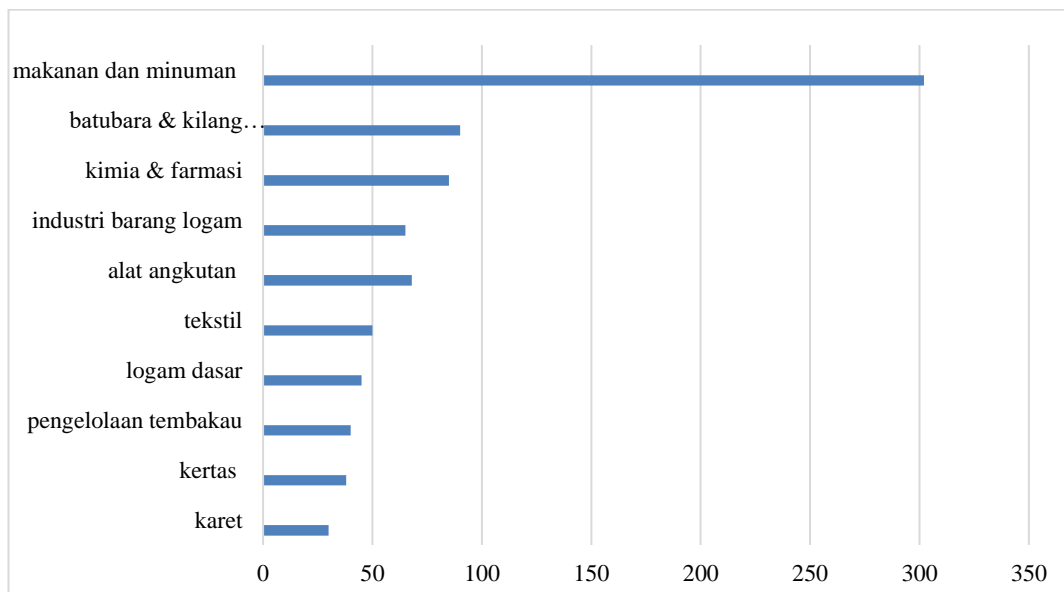


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia selalu berusaha untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik dan layak, selalu berusaha, begitu pula yang terjadi di dalam dunia bisnis. setiap pergerakan yang terjadi di dalam bisnis adalah sebuah usaha perbaikan. saat ini persaingan bisnis sudah semakin intens, begitu juga kegiatan bisnis yang terjadi di Indonesia, persaingan bisnis di Indonesia sudah menciptakan banyak perubahan bagi para pelaku bisnis. Kegiatan bisnis dapat dilakukan melalui banyak sektor di antaranya sektor industri makanan dan minuman, sektor ini menyumbang kontribusi yang besar dalam struktur pendapatan nasional, yakni sebesar 302 triliun jika dibandingkan dengan sektor lain industri makanan dan minuman menjadi peluang usaha yang menguntungkan bagi masyarakat.



Gambar 1. 1 Produk Domestik Bruto (PDB) Sektor Industri Subtraktor

Sumber: Produk domestik bruto (PDB) sektor industri subtraktor (kuartal II, September 2022)

Di Kota Tasikmalaya, peningkatan kegiatan bisnis berkembang dengan baik. Bisnis kuliner di Kota Tasikmalaya menunjukkan pergerakan yang signifikan. Masyarakat sebagai pelaku bisnis harus melakukan berbagai strategi untuk mengembangkan usahanya dalam bidang usaha makanan dan minuman, bisnis mi ayam menjadikan bidang bisnis yang diminati masyarakat.

Bisnis kuliner mi ayam di Kota Tasikmalaya menjadi pilihan masyarakat karena dianggap jenis bisnis ini yang lebih mudah dilakukan serta banyak diminati dari pada bisnis lainnya. Bisnis kuliner menjadi salah satu peluang bisnis yang cukup memiliki prospek baik dalam melancarkan tujuan suatu perusahaan.

Oleh karena itu, strategi berperan penting untuk dapat terus bersaing dalam industri ini meski dalam lingkup usaha kecil. Sumber daya manusia sebagai komponen penggerak bisnis memiliki kompleksitas yang tinggi pada bisnis UKM dibandingkan bisnis skala besar atau korporat, pengelolaan SDM di lingkup UKM memiliki ketidakpastian lebih tinggi karena adanya sistem yang sederhana. Terlebih untuk industri kuliner, SDM dalam industri ini harus memiliki pengetahuan dan keterampilan guna meningkatkan produk kuliner yang dihasilkan, serta memiliki ciri khas yang unik dalam kemasan (Ginanjari, 2012)

Perkembangan dunia kuliner saat ini berorientasi pada makanan, salah satunya mi. Hasil survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) menunjukkan bahwa konsumsi mi pada masyarakat Indonesia menempati peringkat kedua di dunia setelah negara China, hal tersebut yang menjadikan mi mempunyai prospek yang cukup baik untuk dijadikan salah satu inovasi bisnis kuliner. Mi terdiri dari beberapa jenis di antaranya mi pangsit, mi ayam, mi goreng, dan lain sebagainya. Salah satu kuliner dari mi saat ini yang banyak digemari oleh masyarakat adalah mi ayam karena harganya yang cukup terjangkau atau murah, sehingga banyak yang membuka usaha kuliner mi ayam yang jenisnya sama namun tampilan dan rasa yang berbeda untuk memberikan ciri khas pada produk yang mereka jual untuk menarik konsumen.

Menurut Adi (2019), dari tahun ke tahun jumlah usaha yang menjual mi ayam semakin bertambah perkembangan usaha kuliner ini tidak lain disebabkan oleh permintaan dari masyarakat yang semakin beragam, sehingga banyak usaha yang dituntut untuk memberikan kualitas mi ayam yang mereka jual sesuai dengan selera masyarakat dan konsumen akan merasa puas kondisi ini memacu pada pengusaha kuliner untuk menetapkan orientasi kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya untuk menjaga kelangsungan usaha mi ayam tersebut. Dengan

banyaknya usaha mi ayam ini dapat menimbulkan persaingan yang semakin tinggi antar pelaku usaha kuliner mi ayam.

Mi ayam merupakan salah satu makanan yang digemari oleh masyarakat salah satunya di Kota Tasikmalaya, namun persaingan usaha mi ayam di kota ini cukup ketat. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku usaha mi ayam untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis mereka dan meningkatkan laba usaha. Modal kerja, produktivitas tenaga kerja, dan *digital marketing* dianggap sebagai faktor yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis mi ayam. Adapun jumlah usaha mi ayam di kota Tasikmalaya secara garis besar sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data Jumlah Usaha Mi Ayam di Kota Tasikmalaya

No.	Kecamatan	Jumlah Pedagang Mi Ayam		
		<i>Go-Food</i>	<i>Grab-Food</i>	<i>Shopee-Food</i>
1	Cihideung	11	9	2
2	Cipedes	10	11	2
3	Cibeureum	1	2	-
4	Purbaratu	5	2	1
5	Bungursari	7	1	-
6	Tamansari	8	2	-
7	Indihiang	8	-	-
8	Mangkubumi	4	5	2
9	Kawalu	5	1	-
10	Tawang	5	8	-
Jumlah		64	41	7

Sumber: Aplikasi Go-Food, Grab-Food dan Shopee-Food November, 2022

Permasalahan jumlah permodalan yang dimiliki, para pelaku usaha memilih untuk menggunakan sumber modal pribadi untuk mengembangkan usahanya. Hal ini dipilih karena para pelaku usaha tersebut tidak ingin menanggung resiko kredit pendanaan dari bank. Salah satu masalah tersulit dalam proses pendirian perusahaan adalah mendapatkan modal (Safitri, 2018). Setiap orang melakukan kegiatan bisnis pasti memiliki alasan ekonomi mengapa melakukan bisnis tersebut, biasanya alasan

tersebut adalah memperoleh laba. Laba adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Gitman, 2015). Salah satu komponen penting dalam memperoleh laba usaha salah satunya modal. Modal yang cukup akan memungkinkan para pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk, meningkatkan jumlah produksi, dan meningkatkan jangkauan pasar. Kartika dkk. (2014) mengemukakan bahwa besar kecilnya modal berpengaruh terhadap perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan. Dengan modal yang cukup pemilik usaha membeli bahan berkualitas, menyewa tempat yang strategis, SDM yang produktif, dan menyediakan peralatan produksi yang memadai. Hal tersebut dapat meningkatkan jumlah penjualan dan meningkatkan laba usaha. Modal merupakan faktor produksi yang mempunyai pengaruh kuat dalam mendapatkan produktivitas atau *output*, secara makro. Modal juga merupakan pendorong besar untuk meningkatkan investasi baik secara langsung pada proses produksi maupun dalam prasarana produksi, sehingga mampu mendorong kenaikan produktivitas dan *output*. Dalam usaha tentunya modal merupakan faktor penunjang keberlangsungan suatu usaha.

Modal kerja merupakan salah satu komponen penting dalam menjalankan aktivitas usaha perusahaan. Modal kerja yang digunakan diharapkan akan dapat kembali masuk ke perusahaan dalam jangka waktu yang pendek melalui penjualan. Hal ini disebabkan karena modal kerja akan berputar secara terus menerus setiap periodenya dan dapat dialokasikan kembali untuk membiayai operasi perusahaan (Dikti, 2011).

Produktivitas tenaga kerja merupakan faktor penting dalam meningkatkan efisiensi usaha mi ayam. Produktivitas tenaga kerja adalah perbandingan antara *output* yang berupa jam kerja dengan *output* yang berupa unit hasil pekerjaan (Thomas, 1992), atau perbandingan antara hasil kerja dengan waktu kerja yang diperlukan (Hana dkk., 2005). Dengan meningkatkan produktivitas tenaga kerja pemilik usaha dapat meningkatkan jumlah produksi dan meningkatkan efisiensi biaya produksi. Hal ini dapat mengurangi biaya produksi dan meningkatkan margin keuntungan *digital marketing* sangat digemari oleh para pelaku bisnis dalam melakukan kegiatan jual beli. Beralih dari penjualan tradisional ke penjualan

modern yaitu *digital marketing* sebagai media penjualan dalam meningkatkan volume penjualan. Internet merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi yang berdampak terhadap perubahan gaya hidup konsumen. Perubahan ini adalah konsumen mulai melakukan pergeseran cara berbelanja suatu produk. Konsumen lebih tertarik berbelanja secara online. Pemanfaatan digital marketing sebagai media promosi dan pemasaran, dalam mendukung meningkatkan penjualan usaha kuliner mi ayam di Kota Tasikmalaya. Selain digital marketing ada pula yang menjadi tren yang mampu menjadi pilihan untuk meningkatkan penjualan UMKM yaitu dengan memanfaatkan aplikasi layanan pesan antar home delivery service makanan dan minuman seperti Go-Food, Grab-Food, Shopee-Food dan aplikasi lainnya (Rahman, 2020).

Aplikasi layanan pesan antar atau home delivery service menurut Barbaran dan Durocher (2010) yaitu, *delivery's service relies heavily on telephone orders, with an increasing number of restaurant accepting delivery order via internet*. Dapat disimpulkan sebagai proses memesan makanan dari konsumen ke produsen dengan cara memesan makanan melalui telepon atau internet lalu diantarkan ke rumah konsumen. Dalam penelitian Suryadi dkk. (2018) penjualan semakin meningkat setiap harinya sebagai dampak dari kemitraan Go-Food. Melihat pernyataan tersebut dengan adanya aplikasi pesan antar pelaku usaha mi ayam dapat mengembangkan usahanya lebih besar lagi dan mampu memperluas pasar sehingga dapat meningkatkan laba usaha mi ayam.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut serta hasil observasi awal yang telah dilakukan penulis kepada beberapa pedagang mi ayam di Kota Tasikmalaya, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh modal kerja, produktivitas tenaga kerja, dan digital marketing dalam meningkatkan laba usaha mi ayam di Kota Tasikmalaya ke dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Modal Kerja, Produktivitas Tenaga Kerja, dan Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Laba Usaha Mi Ayam di Kota Tasikmalaya Tahun 2023”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan pada bagian sebelumnya, maka masalah yang teridentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh modal kerja, produktivitas tenaga kerja, dan penerapan *digital marketing* secara parsial dalam meningkatkan laba usaha mi ayam di Kota Tasikmalaya?
2. Bagaimana pengaruh modal kerja, produktivitas tenaga kerja, dan penerapan *digital marketing* secara bersama-sama dalam meningkatkan laba usaha mi ayam di Kota Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh modal kerja, produktivitas tenaga kerja, dan penerapan *digital marketing* secara parsial dalam meningkatkan laba usaha mi ayam di Kota Tasikmalaya.
2. Pengaruh modal kerja, produktivitas tenaga kerja, dan penerapan *digital marketing* secara bersama-sama dalam meningkatkan laba usaha mi ayam di Kota Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Sebagai upaya untuk meningkatkan pengetahuan, wawasan, pengalaman praktis dalam usaha serta informasi baru dan penerapan ilmu.

2. Bagi Pelaku Usaha Mi Ayam

Melalui penelitian ini diharapkan bagi pihak yang bersangkutan (Gojek, Grab, Shopee, dan usaha mi ayam di Kota Tasikmalaya) dapat memberikan informasi dan bahan evaluasi bagi usaha yang saat ini sedang ditekuni dalam rangka meningkatkan pendapatan.

3. Bagi Pemerintah

Diharapkan informasi yang disajikan dalam penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak pemerintah maupun dinas terkait untuk

mengembangkan bidang usaha kuliner khususnya yang berdagang secara *online* agar lebih berkembang dan terorganisir. Hal ini sebagai upaya untuk meningkatkan pengetahuan, wawasan, pengalaman praktis dalam usaha serta informasi baru dan penerapan ilmu.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di 10 kecamatan Kota Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat lebih tepatnya pada usaha mi ayam yang telah bekerja sama dengan Gojek, Grab, dan Shopee di Kota Tasikmalaya atau yang disebut *partner* Go-Food, Grab-Food, dan Shopee-Food.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan perkiraan antara bulan November 2022 sampai dengan bulan Desember 2023, alokasi dan tahapan kegiatan penelitian ini ditampilkan sebagai berikut.

