

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Bisnis makanan ringan di Indonesia telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan ini mencakup berbagai jenis makanan ringan, antara lain keripik kentang. Jenis makanan dan cara penyajiannya yang sederhana ini juga berpengaruh pada perkembangan bisnis kuliner di Indonesia. Hal ini membuat peluang bisnis yang ada cukup luas terbuka. Seiring dengan semakin banyaknya merek yang memproduksi makanan ringan dan memiliki keunikan masing-masing menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat.

Keripik adalah sejenis makanan ringan berupa irisan tipis dari umbi-umbian, buah-buahan, sayur-sayuran yang digoreng di dalam minyak nabati. Dengan memiliki banyak varian rasa dari manis sampai pedas, makanan ringan ini membuat ketertarikan sendiri oleh para konsumen. Salah satu jenis keripik yang banyak peminatnya adalah keripik kentang.

Woles Chips adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan ringan berupa keripik kentang, yang memiliki bahan baku berkualitas tinggi sehingga aman untuk dikonsumsi. Woles Chips didirikan sejak Januari 2013 oleh mahasiswa Universitas Ciputra. Namun didalam setiap bisnis pasti memiliki masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan, demikian dengan perusahaan Woles Chips yang memiliki berbagai masalah seperti kurangnya strategi pemasaran produk. Karena tanpa proses pemasaran, perusahaan tidak dapat mencapai tujuannya yaitu memenuhi ekspektasi perusahaan dan kebutuhan pasar. Sehingga, perusahaan Woles Chips membutuhkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi perusahaan untuk dapat

mencapai tujuan perusahaan. Selain itu masalah yang dimiliki oleh perusahaan Woles Chips juga karena anggota perusahaan yang kurang memiliki pengalaman dalam bekerja sehingga juga mempengaruhi pada proses operasional perusahaan.

Dengan kenaikan harga bahan baku seperti: cabai, kentang, bawang putih, minyak goreng, dan kebutuhan bahan baku lainnya, dengan hal tersebut maka supplier juga menaikkan harga jual mereka. Woles Chips membeli produk berupa keripik kentang yang telah matang dan telah dikemas dalam kemasan jadi dari supplier, kemudian Woles Chips memberikan label sendiri sebelum dijual kepada konsumen. Dari harga supplier yang awalnya sebesar Rp 13.000/ bungkus dan setelah adanya kenaikan harga maka harga naik menjadi Rp 15.000/ bungkus. Dengan demikian maka *reseller* Woles Chips juga menaikkan harga jual produknya ke konsumen dengan harga Rp 18.000/ bungkus.

Weston dan Brigham (2000) dalam Kifana (2015:152) menarik kesimpulan sebagai berikut: Kegagalan (*failure*) dapat didefinisikan dalam beberapa cara, dan kegagalan tidak harus menyebabkan keruntuhan atau pembubaran perusahaan. Kegagalan ekonomis berarti bahwa pendapatan perusahaan tidak mampu menutup biayanya sendiri. Kegagalan uang berarti jika perusahaan tidak dapat memenuhi kewajiban pada waktunya harus dipenuhi, walaupun harta totalnya melebihi kewajiban totalnya.

Masa-masa kritis yang harus dilalui perusahaan adalah selama lima tahun pertama sejak didirikan. Ternyata lebih dari 50% usaha kecil gagal melewati usia dua tahun pertamanya (Suharta, 2012:1). Tingkat kegagalan bagi usaha baru sangatlah tinggi. Menurut Wirasasmita dalam Nagel (2013:246), tingkat mortalitas/kegagalan usaha kecil di Indonesia mencapai 78%.

Dengan adanya permasalahan penjualan yang dihadapi oleh perusahaan maka perusahaan kemudian membuat promosi untuk meningkatkan kembali penerimaan pendapatnya. Strategi promosi yang digunakan oleh perusahaan antara lain: memberi potongan harga bagi konsumen yang membeli produk dengan kelipatan 2, maupun memberi bonus 1 bungkus keripik untuk *reseller* yang mengambil lebih dari 10 bungkus dan berlaku untuk setiap kelipatannya. Selain itu dengan mengikuti berbagai kegiatan pameran diharapkan dapat mempromosikan produk Woles Chips secara luas dari mulut ke mulut sehingga dapat semakin dikenal oleh masyarakat.

Kotler & Keller (2009:153) berpendapat bahwa cara berinteraksi dengan pelanggan adalah dengan cara mendengarkan pelanggan, seperti mendengar apa yang dimaksud oleh pelanggan, konsep produk seperti apa yang diinginkan oleh pelanggan. Hal tersebut dapat membentuk suatu perubahan dalam cara memasarkan produk perusahaan sehingga juga dapat berpengaruh pada peningkatan jumlah omzet keuangan perusahaan.

Woles Chips memiliki beberapa kompetitor bisnis yang dapat dilihat pada

Tabel 1.1

Tabel 1.1 Pesaing Woles Chips di Indonesia

No	Nama Keripik	Jenis Produk
1	Macan	Keripik Kentang
2	Leo	Keripik Kentang
3	Akema	Keripik Kentang
4	Soponyono	Keripik Kentang

Sumber: Data Internal Perusahaan

Woles Chips memiliki keunggulan khusus dibanding dengan para pesaingnya yakni *packaging* yang bagus kualitasnya dan memiliki ciri rasa yang khas dari produk Woles Chips.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti bermaksud melakukan penelitian yang berjudul: “*Analisa Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Perusahaan Woles Chips*”.

1.2 Rumusan masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini mengacu pada latar belakang masalah mengenai belum diketahuinya faktor penyebab kegagalan perusahaan Woles Chips, maka perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah. “Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan kegagalan dalam bisnis Woles Chips?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan perusahaan Woles Chips gagal mempertahankan bisnisnya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberi pengetahuan terhadap aplikasi dari teori yang telah diperoleh selama 4 tahun di bangku kuliah, terutama di bidang pemasaran.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dan menambah wawasan untuk mengetahui apakah antara promosi dan kepuasan pembelian sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.5 Lingkup Penelitian

Mengetahui luasnya ruang lingkup pembahasan topik penelitian, maka peneliti memberikan beberapa batasan penelitian antara lain:

1. Faktor-faktor penyebab kegagalan bisnis
2. Indikator keberhasilan usaha

