

FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KEGAGALAN BISNIS PADA PERUSAHAAN MITRA JAYA ABADI

Muhammad Yusri Ali dan Dr. David Sukardi Kodrat, M.M., CPM (Asia)

Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra, Surabaya
E-mail: myusri44@gmail.com & david.kodrat@ciputra.ac.id

Abstract: *Mitra Jaya Abadi is a food manufacturing company that produces healthy cookies made from oatmeal, the product named Bite And Bites. Bite and Bites sold in online and offline. The journey of Mitra Jaya Abadi initially went smoothly, but the longer it goes, the more decrease the business turnover is. As a result, the company can not achieve the set targets and has declared a failure. The purpose of this study was to determine what factors are causing failure of his company, Mitra Jaya Abadi. The sources of data are determined by certain considerations, and the respondents are the owner of the company, and mentors who have guided the company a minimum of two semesters. The method used is descriptive qualitative method with semi-structured using interviews and documentation. Then the data are tested using the test validity and reliability. The results show that the factors that cause business failures in the company Mitra Jaya Abadi are factor of strategy and factor of communication within the company.*

Keywords: *business failure factor, manufacturing, communications, strategy*

Abstrak: Mitra Jaya Abadi adalah perusahaan manufaktur makanan yang memproduksi cookies sehat yang terbuat dari oatmeal, produk tersebut dinamakan *bite and bites*. Bites and bites dijual dengan dua cara yaitu secara online dan offline. Perjalanan bisnis Mitra Jaya Abadi awalnya berjalan dengan lancar, namun semakin lama bisnis berjalan semakin menurun omzetnya. Akibatnya perusahaan tidak bisa mencapai target yang telah ditentukan dan dinyatakan gagal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan kegagalan perusahaan Mitra Jaya Abadi. Penentuan sumber data pada subjek ditentukan dengan pertimbangan tertentu, yaitu pemilik perusahaan, dan mentor yang sudah membimbing perusahaan minimal dua semester. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode wawancara semi terstruktur dan dokumentasi. Kemudian data diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor penyebab kegagalan bisnis pada perusahaan Mitra Jaya Abadi adalah faktor strategi dan faktor komunikasi dalam perusahaan.

Kata kunci : business failure factor, manufacturing, communications, strategy

PENDAHULUAN

Usia lima (5) tahun merupakan *failure rate* yakni usia dimana banyak perusahaan mikro kecil dan menengah (UMKM) mengalami kegagalan. Sejalan dengan yang disampaikan oleh Suryana (2001) dalam Edy (2014:72) Tingkat kegagalan/mortalitas usaha kecil di Indonesia mencapai 78%. Begitu pula dengan Hubeis dalam Lupiyoadi dalam Edy (2014:72) juga menjelaskan bahwa hampir 80% perusahaan baru di Indonesia gagal pada 5 tahun pertama. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah badan usaha milik orang atau perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Sebuah badan usaha bias dikatakan UMKM apabila memiliki beberapa kriteria. Kriteria UMKM sudah diatur pada UU No. 20 Tahun 2008 yaitu memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah)

Mitra Jaya Abadi adalah Perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur *Food and Beverage*. Perusahaan Mitra Jaya Abadi termasuk perusahaan dalam kategori UMKM. Mitra Jaya Abadi dikategorikan sebagai UMKM dikarenakan memiliki kekayaan bersih kurang dari Rp50.000.000,- dan juga hasil penjualan tahunan kurang dari Rp300.000.000,-. Selain melakukan manufaktur, Mitra Jaya Abadi juga melakukan penjualan produk. Produk yang dihasilkan dan dijual oleh Mitra Jaya Abadi adalah *Oatmeal Cookies* atau biasa di sebut biskuit gandum yang diberi nama "Bite and Bites". Bite and Bites sendiri memiliki 2 dua varian rasa yaitu rasa Coklat dan juga Greentea. Bite and Bites diproduksi dengan cara Higienis dan juga bersih. Bite and Bites juga bebas dari bahan pemanis dan pewarna buatan, dan juga bebas dari bahan pengawet. Selama menjalankan usaha ini berbagai upaya telah dilakukan untuk menjual produk, yaitu dengan cara *online* dan juga *offline*. Pada penjualan *Online* Mitra Jaya Abadi melakukan sistem B2C (*business to customer*) yaitu dengan menggunakan media sosial serta *platform* website jual beli seperti Bukalapak, Tokopedia, Kaskus FJB, Instagram, Facebook, Line@, dan juga website yaitu www.biteandbites.wix.com. Pada penjualan *Offline* Bite and Bites menggunakan sistem B2B (*business to business*), yaitu dengan bekerja sama dengan *Reseller*. Beberapa *reseller* yang bekerja sama dengan Mitra Jaya Abadi adalah toko oleh-oleh Mirota Batik, Rumah makan *Ie Hwa*, dan *Stevan Meat Shop*. Dari semua upaya tersebut, semua belum bisa memberikan dampak positif terhadap pencapaian dan pertumbuhan perusahaan. Pada umumnya tujuan setiap perusahaan adalah mencapai keuntungan yang maksimal dan peningkatan pertumbuhan perusahaan yang maksimal Putri dalam Marliza (2014:18).

Penjualan Bite and Bites mengalami fluktuasi. Target yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut dimulai dari Januari 2015 dan akan naik dengan melihat peforma pada bulan sebelum nya dan tidak akan menurunkan target karena akan dikhawatirkan menurunnya semangat. Walaupun target penjualan sempat tercapai pada bulan Januari, September, dan November 2015, namun sebagian besarnya kembali mengalami penurunan sehingga kinerja perusahaan tidak *suistenable*. Tidak tercapainya target penjualan selama lebih dari 12 bulan merupakan suatu hal yang negatif dalam perusahaan Mitra Jaya Abadi yang dalam arti lain merupakan sebuah kegagalan perusahaan. Menurut buku yang ditulis oleh Gaughan yang berjudul "*Mergers, Acquisition, and Corporate Restructuring*" kegagalan bisnis dibagi menjadi dua yaitu kegagalan ekonomi dan kegagalan keuangan. Kegagalan ekonomi adalah Kegagalan yang berarti bahwa tingkat pengembalian atas investasi kurang dari biaya modal. Ini juga bisa berarti bahwa pengembalian aktual yang diperoleh oleh perusahaan kurang dari mereka yang diperkirakan, sedangkan kegagalan finansial adalah perusahaan tidak dapat memenuhi kewajiban saat ini hingga waktu yang akan datang. Perusahaan tidak memiliki likuiditas yang cukup untuk memenuhi kewajiban saat ini. Auken dalam Shaferi (2014:847) menyebutkan bahwa kegagalan bisnis bisa terjadi karena tidak ada perencanaan keuangan, lemah akses keuangan, kekurangan modal, pertumbuhan yang tidak terencana, ketidakmampuan melakukan strategi dan proyeksi keuangan, berlebihan investasi pada aktiva tetap dan ketidakmampuan mengelola modal. Hal yang banyak terjadi karena para pelaku bisnis, khususnya usaha mikro kecil dan menengah lebih banyak fokus pada kegiatan operasi sehari-hari sehingga tidak melakukan perencanaan keuangan.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Arasti *et al.* (2014) ditemukan faktor-faktor yang menyebabkan gagalnya suatu bisnis dalam UMKM. Berikut adalah faktor-faktor yang menyebabkan gagalnya suatu bisnis adalah situasi ekonomi, kebijakan ekonomi, perkembangan teknologi, faktor sosial, hubungan dengan pelanggan, hubungan dengan *supplier*, intensitas persaingan, pengelolaan yang buruk pada bank, kecelakaan, kurangnya motivasi, kurangnya keterampilan, kurangnya kemampuan, karakteristik yang buruk, *executive issues*, *patnership*, strategi dan investasi, dan *staffing* Pemilihan faktor akan dilakukan berdasarkan teori menurut para ahli mengenai faktor-faktor penyebab kegagalan bisnis atau perusahaan

dikarenakan keterbatasan para anggota mengenai pengetahuan yang berhubungan, namun penentuan faktor-faktor yang disajikan para ahli akan dilakukan dengan melibatkan penilaian dari para anggota perusahaan Mitra Jaya Abadi itu sendiri.

LANDASAN TEORI

Penelitian Terdahulu

Jurnal pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Zahra Arasti, Fahimeh Zandi and Neda Bahmani (2014) yang berjudul *Business failure factors in Iranian SMEs: Do successful and unsuccessful entrepreneurs have different viewpoints?*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kegagalan bisnis di negara Iran. Populasi dalam penelitian ini adalah 120 pengusaha yang perusahaannya baru saja didirikan yang bergerak di sektor industri di negara Iran. Sampel yang diambil sekitar 85% responden yang gagal berusia antara 25 sampai 45 tahun dan sudah menikah, dan persentase yang berhasil sekitar 83,2%. persentase untuk laki-laki yang gagal adalah 96,2% sedangkan untuk yang berhasil adalah 92,4%. persentase 44,3% untuk yang gagal dan 58% untuk yang berhasil mempunyai gelar universitas. Sekitar setengah dari pemilik usaha tidak berhasil memiliki pengalaman dalam sektor terkait, tetapi hanya 30% memiliki pengalaman manajemen dan 23,5% dari mereka memiliki pengalaman kewirausahaan sebelumnya. Variabel penelitian ini adalah independen. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara terstruktur setengah dari 12 pemilik usaha gagal di sektor industri. Alat analisis yang digunakan adalah *two sample t-test* dan *Friedman Analysis*. Hasil dari Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa faktor penyebab dari kegagalan adalah "kebijakan tidak pantas" adalah faktor yang paling penting dari kegagalan bisnis bagi para pengusaha baik sukses dan berhasil. Sebagian besar responden menyebutkan pengaruh faktor kebijakan bisnis mereka diantaranya : kurangnya dukungan kepada pengusaha, ketidakstabilan aturan dan regulasi, kurangnya jaminan serta monitoring untuk melaksanakan aturan, dan birokrasi lebih berpengaruh pada kegagalan bisnis.

Penelitian terdahulu kedua dengan judul "*Why businesses succeed or fail: a study on small businesses in Pakistan*" yang dilakukan oleh Shabir Hyder dan Robert N. Lussier (2015). Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang menyebabkan berhasil atau gagal nya UKM di Pakistan. Populasi pada penelitian ini adalah 150 UKM atau usaha kecil. Sampel yang diambil berjumlah 143 dari 150 populasi dikarenakan tujuh diantaranya menolak untuk memberikan data. 42 (30%) yang gagal dan 101(70%) yang berhasil dalam menjalankan bisnisnya. Sampel bervariasi setiap wilayah, untuk kota yang wilayahnya besar adalah Peshawar (34/24 persen), Gujranwala (24/17 persen) dan Gujrat (19/13 persen), data diperoleh melalui Kamar Dagang dan Industri. Untuk kota-kota yang lebih kecil yaitu Attock (13/9 persen), Kohat (29/20 persen) dan Nowshera (24/17 persen), data berasal dari Anjuman Tanzeem Tajiran (kecil asosiasi pedagang bisnis). Variabel dalam penelitian ini adalah independen. Metode yang digunakan adalah dengan survei wawancara pribadi menggunakan kuisioner yang sebelumnya sudah di validasi oleh Lussier (1995) di Pakistan. Alat analisis data yang pertama adalah statistik deskriptif. Kedua, *t-test* dijalankan untuk membandingkan perbedaan antara semua 18 variabel. Lalu, model diuji dengan menggunakan regresi logistik, menggunakan keberhasilan untuk kegagalan sebagai variabel dependen dengan 15 variabel independen. Hasil dari penelitian tersebut yaitu faktor yang menyebabkan kegagalan bisnis adalah kebutuhan modal, rencana kerja, *staffing*, dan *Business Partner*.

Penelitian yang ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Rizal Edy Halim, Azrul Azis dan Firmanzah yang berjudul "Faktor Kunci Sukses Perusahaan Kecil dan Menengah Dalam Menghindari Kegagalan Pada Periode Lima Tahun Pertama". Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui hal apa saja yang harus di hindari agar suatu usaha tidak gagal di lima tahun pertama. Populasi terdiri dari usaha kecil dan menengah yang sekaligus merupakan bisnis keluarga (*family*

business owner) yang berlokasi di kota Jakarta dan sekitarnya. Kerangka sampling dibatasi untuk perusahaan keluarga yang memiliki kepemimpinan efektif dalam organisasi yang sederhana dan telah beroperasi selama minimal lima tahun. Variabel penelitian ini adalah independen. Metode yang digunakan adalah Wawancara yang dilakukan dengan cara tatap muka dengan informan yang sebelumnya dikonfirmasi melalui telepon atau email mengenai tujuan, jadwal dan tempat berlangsungnya wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah faktor yang merupakan kunci sukses keberhasilan pengaruh latar belakang lingkungan, modal, *staffing*, hubungan dengan pelanggan, perencanaan perusahaan.

Definisi Bisnis

Dalam Kamus Bahasa Indonesia Bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia

perdagangan, dan bidang usaha. Bisnis bisa diartikan juga sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau member manfaat. Bisnis memiliki makna dasar sebagai “*The buying and selling of goods and service*”. Adapun dalam pandangan lain yaitu bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat diindra), sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang member manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya (Sami *et al.* , 2014:9). Judul subbab peringkat dua ditulis dengan huruf besar-kecil rata tepi kiri. Judul subbab peringkat dua ditulis dengan huruf besar-kecil rata tepi kiri. Judul subbab peringkat dua ditulis dengan huruf besar-kecil rata tepi kiri.

Tahapan Pertumbuhan Perusahaan

Tahapan pertumbuhan perusahaan khususnya pada UKM dan UMKM dengan memetakan berdasarkan pertumbuhan bisnis dari waktu ke waktu. Menurut Churchill dan Lewis dalam Gupta *et al.*, (2013), mengemukakan terdapat lima tahapan pertumbuhan perusahaan pada UKM atau UMKM :

Existence

Pada tahap ini, perusahaan perlu terus menambah konsumen dan membuat produk baru. Pelaku usaha berupaya selama proses kegiatan bisnis untuk mendirikan atau mengembangkan meskipun bekerja tanpa struktur formal dalam organisasi. Bentuk organisasi dalam tahap ini yakni pelaku usaha yang mengambil alih dan berperan di setiap kegiatan bisnis karena tidak/belum adanya karyawan yang dimiliki.

- Survival

Pada tahap ini, perusahaan dalam kondisi bertumbuh, konsumen yang didapat cukup banyak dan mampu memberikan kepuasan pada konsumen. Pelaku usaha membutuhkan modal tambahan untuk melakukan ekspansi sehingga membutuhkan rekan bisnis. Bentuk organisasi dalam tahap ini mulai terstruktur namun tetap membutuhkan pengawasan. Tujuan utama dalam tahap ini adalah pelaku usaha dapat meluncurkan arus kas serta mengelola antara pengeluaran dan pendapatan/keuangan dengan baik.

- Success

Tahap ini, pelaku usaha perlu untuk terus menumbuhkan bisnis, selain itu perusahaan mampu menerima keuntungan serta memiliki cukup modal. Saat perusahaan mampu bertumbuh dan konsumen yang dimiliki banyak, dibutuhkan sumber daya yang memadai dengan ditandai bahwa pelaku usaha mulai memiliki karyawan dan membangun tim melalui pengembangan SDM sesuai pada bidang.

- Take-off

Perusahaan pada tahap ini berfokus pada menjaga pertumbuhan dan melakukan ekspansi. Bentuk organisasi dalam tahap ini mulai berjalan secara formal dengan pembagian tugas yang jelas. Permasalahan utama pada tahap ini adalah bagaimana meningkatkan kinerja bisnis secara berkelanjutan dengan didukung keuangan yang baik. Delegasi merupakan hal penting dalam tahap ini, karena pelaku usaha mulai memindahkan tanggung jawab namun tetap mengontrol karyawan yang ada dengan tujuan untuk meningkatkan efektifitas manajerial.

- Resource Maturity

Tahap ini, perusahaan tidak dapat disebut sebagai usaha kecil kembali karena perusahaan memberikan kewenangan manajemen secara penuh pada karyawan, didukung dengan memiliki sistem yang berkembang baik. Perusahaan pada tahap ini memberikan penekanan pada mengontrol kualitas, mengontrol keuangan, dan menciptakan ceruk pasar (*niche market*).

Faktor Kegagalan Bisnis

Pada Sub bab ini akan membahas definisi kegagalan bisnis, faktor-faktor kegagalan bisnis berdasarkan para ahli, dan juga indikator kegagalan bisnis.

Definisi Kegagalan Bisnis

Menurut Honjo dalam Ntema (2014:14), definisi kegagalan bisnis dalam skala kecil adalah situasi dimana bisnis tersebut tidak dapat memenuhi kewajibannya. Definisi kegagalan bisnis menurut Visser dalam Raskal (2014:9) adalah kegagalan yang terjadi ketika harapan tidak terpenuhi dan hasil tidak melebihi harapan.

Faktor Kegagalan Bisnis

Didalam buku yang ditulis oleh Gaughan yang berjudul “*Mergers, Acquisition, and Corporate Restructuring*” faktor kegagalan bisnis dikategorikan menjadi 7 kategori yaitu faktor ekonomi, faktor keuangan, faktor pengalaman, penipuan, bencana, faktor strategi, dan lain-lain. Dan lain-lain dalam hal ini adalah seperti kebiasaan kerja yang buruk dan konflik bisnis.

Sub Faktor Kegagalan Bisnis

Berikut adalah penyebab kegagalan bisnis yang diteliti oleh beberapa ahli yang diantaranya yaitu Marom dan Lussier, Mohamed dalam Setiawan, Arasti *et al.*, dan yang terakhir adalah Edy *et al.* Menurut Marom dan Lussier (2014:67) terdapat berbagai macam faktor penyebab kegagalan bisnis yaitu: modal, penyimpanan arsip dan kontrol finansial, pengalaman industri, pengalaman manajemen, perencanaan, *professional advisor*, edukasi, *staffing*, *product/service timing*, *economic timing*, umur, *partners*, *parents*, minoritas, pemasaran. Menurut Mohammed (2013) dalam Setiawan (2015:12), 10 faktor penyebab kegagalan bisnis kecil menengah yaitu kurangnya pengalaman, tidak mempunyai modal yang cukup, lokasi yang buruk, pengelolaan inventory yang buruk, *overinvestment in fixed assets*, pengaturan kredit yang buruk, menggunakan dana perusahaan untuk keperluan pribadi, *unexpected growth*, kompetisi, dan penjualan rendah. Menurut Arasti *et al.* (2014:11) faktor yang menyebabkan kegagalan bisnis dapat diukur melalui beberapa faktor yaitu situasi ekonomi, kebijakan ekonomi, perkembangan teknologi, faktor sosial, hubungan dengan pelanggan, hubungan dengan *supplier*, intensitas persaingan, pengelolaan yang buruk pada bank, kecelakaan, kurangnya motivasi, kurangnya keterampilan, kurangnya kemampuan, karakteristik yang buruk, *executive issues*, *partnership*, strategi dan investasi, dan *staffing*. Menurut Edy *et al.* (2014:78) ada lima faktor yang menunjang keberhasilan perusahaan atau bisa di bilang kegagalan perusahaan bila tidak dikelola dengan baik. Lima faktor tersebut yaitu pengaruh latar belakang pengusaha, modal serta monitoring keuangan perusahaan, *staffing*, hubungan dengan pelanggan, dan perencanaan pengembangan perusahaan.

Berdasarkan teori mengenai faktor penyebab kegagalan bisnis yang disajikan dari empat ahli yang berbeda, terdapat beberapa persamaan masing-masing faktor. Adapun faktor dari penelitian tersebut adalah modal, kontrol keuangan, perencanaan, *staffing*, pemasaran, pengalaman, penjualan, perubahan peraturan ekonomi, dan hubungan antara pelanggan dan supplier. Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian diatas, maka akan dipilih beberapa faktor yang cocok dengan kondisi perusahaan Mitra Jaya Abadi. Faktor-faktor tersebut adalah modal, kontrol keuangan, perencanaan, pemasaran, pengalaman, penjualan, perubahan peraturan ekonomi, dan hubungan antara pelanggan dan supplier. Faktor-faktor tersebut akan dimasukkan kedalam kategori-kategori faktor kegagalan bisnis yang ditulis oleh Gaughan yaitu faktor ekonomi, faktor keuangan, faktor pengalaman, penipuan, bencana, faktor strategi, dan lain-lain. Masing-masing dalam sub faktor akan ditambahkan kedalam faktor kegagalan bisnis yang bisa digunakan untuk menambahkan variasi daftar pertanyaan agar pertanyaan bisa lebih mendalam lagi.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Bungin (2013 : 124), data kualitatif diungkapkan dalam bentuk kalimat serta uraian-uraian, bahkan dapat berupa cerita pendek. Data kualitatif amat bersifat subjektif, karenanya peneliti yang menggunakan data kualitatif harus berusaha sedapat mungkin untuk menghindari sikap subjektif yang dapat mengaburkan objektivitas data penelitian. Menurut Sugiyono (2015:1) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di lingkup Universitas Ciputra Surabaya dan area Surabaya, khususnya Surabaya Barat dikarenakan para pemilik saham Mitra Jaya Abadi adalah mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya dan bertempat tinggal di sekitar Citraland Surabaya.

Subjek Penelitian

Teknik pemilihan narasumber dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2015:53) menjelaskan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Subjek penelitian merupakan narasumber yang dapat memberikan informasi terkait judul penelitian. Subjek yang digunakan oleh peneliti meliputi tiga orang dari Mitra Jaya Abadi yaitu para pemilik saham, dan dua orang dosen pembimbing bisnis Mitra Jaya Abadi. Total keseluruhan subjek penelitian ini adalah sebanyak lima orang narasumber. Subjek pada penelitian ini adalah informan yang memenuhi kriteria sebagai Pemilik Saham Pada perusahaan manufaktur *food and beverages* ini, terdapat empat orang yang memiliki saham, namun yang diwawancara oleh peneliti cukup tiga orang dikarenakan salah satu pemilik saham tersebut adalah peneliti. Peneliti akan dimasukkan kedalam hasil sebagai pertimbangan tambahan.

Kedua adalah Dosen Pembimbing pada kesempatan ini, dosen pembimbing akan diwawancarai dikarenakan dosen pembimbing mengetahui pula internal yang ada dalam perusahaan. Dosen yang ditentukan adalah yang sudah pernah membimbing Mitra Jaya Abadi selama minimal dua semester. Dosen tersebut adalah Ibu Fransisca Desiana dan Bapak Bagus Andris Lesmana.

Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:224) Teknik pengumpulan data merupakan sebuah langkah yang sangat strategis dalam penelitian, sebab tujuan utama dari sebuah penelitian adalah untuk mendapatkan data. Langkah-langkah untuk mengumpulkan data sebagai berikut: (1) Menetapkan batasan pada penelitian; (2) Menentukan subjek penelitian berdasarkan kriteria tertentu; (3) Membuat daftar pertanyaan untuk setiap calon informan; (4) Mengumpulkan data informasi melalui wawancara dan observasi; (5) Merekam hasil wawancara; (6) Membuat transkrip hasil wawancara; (7) Menyusun kesimpulan pada penelitian. Oleh karena itu, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk mendukung penelitiannya dengan metode Wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan bentuk wawancara semi terstruktur yang termasuk dalam kategori *in-depth interview* agar pelaksanaannya lebih bebas dan dapat menemukan informasi permasalahan secara lebih mendalam dan terbuka dan juga *interview* yang dilakukan dapat menjadi media dalam mengutarakan pendapat dan ide yang dimiliki oleh narasumber. Pertanyaan wawancara meliputi faktor-faktor kegagalan bisnis yaitu modal, kontrol keuangan, perencanaan, pemasaran, pengalaman, penjualan, perubahan peraturan ekonomi dan hubungan antara pelanggan dan supplier. Dokumentasi teknik dokumentasi digunakan untuk mendukung teknik pengumpulan data lainnya yaitu wawancara. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan teori-teori dan karya ilmiah sejenis yang berkaitan dengan tema penelitian yang digunakan untuk mendukung hasil dari penelitian.

Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini analisis menggunakan triangulasi sumber untuk mengecek validitas dan reliabilitas. Terdapat 3 macam triangulasi menurut Sugiyono (2014) yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk mengecek validitas dengan memanfaatkan sumber yang berbeda untuk melakukan pemeriksaan terhadap data yang diperoleh. Proses triangulasi data yang dilakukan adalah dengan data-data yang diperoleh dari narasumber berupa hasil wawancara, hasil wawancara tersebut akan dibandingkan persamaan dan perbedaannya. Persamaan hasil wawancara dapat menunjukkan validitas data, sedangkan perbedaan hasil wawancara dapat digunakan untuk memberikan pandangan-pandangan lain yang berguna untuk melengkapi hasil penelitian.

Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tahapan analisis data yaitu *Data Collection* (Pengumpulan Data), *Data Reduction* (Reduksi Data), *Data Display* (Penyajian Data), data dapat berbentuk uraian singkat, bagan, diagram, atau tabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan narasumber, peneliti mendapatkan informasi yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Wawancara dilakukan dengan narasumber sesuai dengan waktu yang ditentukan sehingga dapat bertemu langsung dan direkam selama proses wawancara untuk dijamin dokumentasi, selain itu didukung dengan foto dan tanda tangan persetujuan dari narasumber. Faktor kegagalan bisnis dipengaruhi oleh tujuh faktor yaitu faktor ekonomi, faktor keuangan, faktor pengalaman, faktor strategi, faktor bencana, faktor penipuan, dan faktor lain-lain. Berikut merupakan kesimpulan dari hasil wawancara yang dilakukan kepada narasumber :

- Faktor Ekonomi

Daya tarik Bite And Bites terhadap konsumen maupun terhadap pesaing sudah cukup baik, selain itu positioning Bite and Bites juga sudah bagus, perusahaan pun sudah melengkapi dokumen-dokumen yang disyaratkan oleh pemerintah, hubungan perusahaan antara mitra kerja maupun pelanggan pun sudah cukup baik. Produk pun sudah berpotensi besar, namun memang pasar nya masih kurang luas.

- Faktor Keuangan

Dalam penggalangan dana perusahaan tidak terjadi masalah, dana pun bisa dikatakan cukup. Dalam hal pembukuan pun tidak ada masalah walaupun masih manual. Dalam hal memanfaatkan modal pun perusahaan sudah memanfaatkan modal dengan baik, selain itu dalam hal transparansi keuangan

pun sudah transparan. Namun memang untuk *cashflow* perusahaan masih kurang bagus, masih terjadi fluktuatif

- **Faktor Pengalaman**

Pengalaman para pemegang saham di bidang tersebut masih kurang, namun kemampuan dan ketrampilan serta penguasaan pekerjaan bisa dikatakan baik.

- **Faktor Penipuan**

Perusahaan belum pernah mengalami penipuan

- **Faktor Bencana**

Perusahaan belum pernah mengalami bencana

- **Faktor Strategi**

Dalam proses penyusunan strategi, perusahaan sudah melakukan penyusunan sudah cukup baik, namun proses penyusunan dirasa kurang baik seperti rapat yang diadakan tidak dilakukan secara rutin sehingga membuat proses perencanaan nya tidak tersusun dengan baik.

- **Faktor lain-lain**

Kebiasaan kerja anggota perusahaan sudah cukup baik, selain itu tingkat inisiatif anggota perusahaan juga sudah bagus. Yang jadi masalah disini adalah komunikasi, koordinasi, dan kinerja antara anggota kurang baik sehingga pekerjaan menjadi kurang maksimal.

Faktor Strategi

Faktor strategi salah satu yang paling banyak disinggung oleh narasumber. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangan nya konsep strategi terus berkembang. Menurut Chandler dalam Rangkuti (2015) mengatakan bahwa Strategi merupakan alat untuk menncapai tujuan perusahaan dalam kaitannya tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Pada perusahaan Mitra Jaya Abadi, perusahaan sudah melakukan penyusunan strategi dalam perusahaan untuk mencapai tujuan, namun penyusunan tersebut tidak dilakukan dan di evaluasi dengan rutin, hanya dilakukan ketika ada masalah. Hal tersebut menyebabkan strategi yang disusun menjadi tidak tersusun dengan baik.

Faktor Lain-lain

Faktor temuan lain di sini akan membahas faktor yang berkaitan dengan komunikasi, koordinasi, dan kinerja dalam perusahaan. Menurut Sujak dalam Musyafi *et.al*, (2015) kinerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang di- dasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu. Dengan kata lain bahwa kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas yang diberikan kepadanya sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Pada perusahaan Mitra Jaya Abadi, kinerja anggota dalam perusahaan juga kurang maksimal.

Selain kinerja anggota perusahaan, komunikasi dan koordinasi dalam perusahaan kurang baik. Menurut Tripathy dan Reddy dalam Yunita (2015) ada 9 syarat untuk mencapai koordinasi yang efektif yaitu salah satunya adalah komunikasi yang efektif. Koordinasi anggota perusahaan kurang bagus dikarenakan masing-masing anggota sibuk dengan urusannya masing-masing sehingga kurang banyak berkontribusi di dalam perusahaan.

Implikasi Manajerial

Indikator	Sebelum	Setelah
Penyusunan Strategi	Proses penyusunan strategi dalam perusahaan tidak berjalan dengan baik.	Proses penyusunan strategi sudah berjalan dengan baik, perusahaan mengadakan rapat rutin agar strategi bisa diarahkan terus.
Koordinasi	Koordinasi dalam kelompok tidak berjalan dengan baik	Koordinasi sudah berjalan dengan baik. Masing-masing anggota saling berkomunikasi dalam menjalankan pekerjaan
Kinerja	Kinerja anggota perusahaan masih kurang maksimal dan tidak memprioritaskan bisnis.	Kinerja anggota menjadi maksimal dan mulai memprioritaskan bisnis. anggota perusahaan mulai mengatur waktu untuk fokus dengan bisnis dan jobdesk nya masing-masing

Komunikasi	Komunikasi dalam perusahaan sebelum nya sangat jarang dan kurang intens. Masih sibuk dengan urusan masing-masing sehingga bisnis tidak terurus	Komunikasi dalam perusahaan sudah berjalan dengan lancar, meeting dilakukan dengan rutin dan mulai fokus dengan bisnis.
-------------------	--	---

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil dari kesimpulan menunjukkan bahwa faktor kegagalan bisnis dari Mitra Jaya Abadi ada 2 macam yang pertama adalah faktor strategi Faktor strategi salah satu penyebab kegagalan bisnis perusahaan karena tidak terlaksananya rapat yang diadakan secara rutin sehingga perencanaan nya menjadi tidak tersusun dengan baik. Faktor Lain-lain, faktor temuan lain yaitu kurangnya komunikasi, koordinasi, dan kinerja anggota perusahaan yang kurang baik dan kurang maksimal sehingga tidak berjalan dengan baik. Hal ini merupakan salah satu faktor pendukung dari gagalnya pelaksanaan faktor strategi dan pelaksanaan nya ketika eksekusi strategi yang telah dirancang. Hasil dari kesimpulan faktor kegagalan bisnis pada perusahaan Mitra Jaya Abadi tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan Mitra Jaya Abadi mengalami kegagalan pada faktor Strategi dan Komunikasi. Dari kegagalan tersebut, perusahaan masuk dalam kategori kegagalan Ekonomi dikarenakan tidak bisa memenuhi target-target yang ditetapkan dikarenakan dua faktor tersebut

Keterbatasan dan Saran

Dapat dikatakan bahwa penelitian ini masih belum cukup sempurna dan memiliki keterbatasan penelitian dalam hal waktu dalam analisis data dan terlalu luasnya indikator sehingga data yang diperoleh belum maksimal. Selain itu, kemungkinan terdapat bias dari hasil wawancara dengan pemilik saham dan juga mentor. Saran Bagi Perusahaan, saran bagi perusahaan Mitra Jaya Abadi agar bisa mengaplikasikan hasil dari analisis agar perusahaan bisa meningkatkan penjualan dan mencapai target. Saran bagi penelitian selanjutnya, pada penelitian selanjutnya agar bisa lebih memfokuskan lagi penelitian pada bagian analisis indikator yang lebih sesuai dan mencari referensi yang lebih relevan lagi

DAFTAR PUSTAKA

- Arasti, Z., Zandi, F., & Bahmani, N. (2014). Business Failure Factors In Iranian Smes: Do Successful And Unsuccessful Entrepreneurs Have Different Viewpoints?. *Journal Of Global Entrepreneurship Research*, 4(1), 1-14.
- Gaughan, P. A. (2010). *Mergers, Acquisitions, And Corporate Restructurings*. John Wiley & Sons.
- Gupta, P. D., Guha, S., & Krishnaswami, S. S. (2013). Firm Growth And Its Determinants. *Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, 2(1), 1.
- Halim, R. E., Azis, A., & Firmanzah, F. (2015). Faktor Kunci Sukses Perusahaan Kecil Dan Menengah Dalam Menghindari Kegagalan Pada Periode Lima Tahun Pertama. *Jurnal Pengkajian Kukm*, 9(1).
- Hyder, S., & Lussier, R. N. (2016). Why Businesses Succeed Or Fail: A Study On Small Businesses In Pakistan. *Journal Of Entrepreneurship In Emerging Economies*, 8(1), 82-100.
- Kurniati Djalil, T. I. T. I. (2015). *Analisis Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar Dan Kimia Sub Sektor Keramik, Porselen, Dan Kaca Periode 2009-2013 Dengan Pendekatan Altman Z-Score Untuk Memprediksi Potensi Terjadinya Kebangkrutan* (Doctoral Dissertation).
- Marliza, E. N., & Prasetyono, P. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terjadinya Kondisi Financial Distress Perusahaan Asuransi (Studi Pada Perusahaan Asuransi Umum Yang Terdaftar Di Direktori Perasuransian Indonesia Tahun 2008-2012)* (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Ntema, R. P. (2014). *Applying Project Risk Management Principles To Manage Business Start- Up Risk: A Proposed Training Tool* (Doctoral Dissertation, North West University).
- Sami, A. (2015). Dampak Shadaqah Pada Keberlangsungan Usaha (Studi Kasus: Testimoni 4 Pengusaha Muslim Di Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 1(3).
- Shaferi, I., & Handayani, S. R. (2014). Identifikasi Pengelolaan Keuangan Terhadap Peluang Usaha Online. *Sustainable Competitive Advantage (Sca)*, 4(1).
- Sugiyono. (2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Edisi