

IDENTIFIKASI FAKTOR – FAKTOR KEGAGALAN BISNIS PADA LE CREME

Dessy Puspita Sari

Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Ciputra Surabaya
E-mail : dessypuspita@gmail.com

Abstract: *Other causes of business failure are diverse, whether from external factors or from factors in the business. The purpose of this study is to determine the factors that cause the failure of business at Le Crème. The type of research used is descriptive qualitative research. The subjects of the study were informants: Owner Le Crème, Supervisor / Facilitator, and Expert in Management. Technique of data collection is done by interview and observation. The steps of data analysis method are done by data collection, presentation of data, and conclusion drawing and verification conclusion. The results in this study indicate that the factor causing Le Crème's business failure is the lack of business experience owned by members in running the business; the low performance of business members is evident from the lack of good cooperation in managing the business; poor financial management by members; the inability of members in managing management systems in Le Crème's business is poorly structured and poorly organized.*

Keywords: *Business Failure, Food and Beverage*

Abstrak: Penyebab – penyebab lain kegagalan bisnis beranekaragam, baik berasal dari faktor eksternal maupun dari faktor dalam bisnis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor – faktor yang menjadi penyebab kegagalan bisnis pada Le Crème. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Subyek penelitian menggunakan informan yaitu Owner Le Crème, Dosen Pembimbing/Fasilitator, dan Ahli di bidang manajemen. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Langkah – langkah metode analisis data dilakukan dengan Pengumpulan data, Penyajian data, dan Penarikan kesimpulan dan verifikasi kesimpulan. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang menjadi penyebab gagalnya bisnis yang dilakukan Le Crème adalah kurangnya pengalaman bisnis yang dimiliki oleh para anggota dalam menjalankan bisnis; rendahnya kinerja anggota bisnis terlihat dari kurangnya kerjasama yang baik dalam mengelola bisnis; pengelolaan keuangan yang kurang baik oleh para anggota; ketidakmampuan anggota dalam mengatur sistem manajemen pada bisnis Le Crème kurang terstruktur dan kurang tertata dengan baik.

Kata Kunci: Kegagalan Bisnis, makanan dan minuman

PENDAHULUAN

Bisnis di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya industri yang berkembang, baik dari industri yang berskala kecil maupun industri yang berskala besar. Salah satu industri yang tetap ramai dan berkembang sampai saat ini adalah industri makanan dan minuman. Le Crème adalah sebuah bisnis *food and beverage* (F&B) yang khusus memproduksi *crème brulee*. *Crème brulee* sendiri adalah makanan penutup atau *dessert* khas Perancis yang berbahan dasar sebagian besar adalah *cream* dan gula. Bisnis Le Crème sendiri didirikan pada bulan Januari 2015.

Berdasarkan pengamatan peneliti, Le Crème memiliki sistem manajemen yang kurang baik. Hal ini terlihat dari semua aktivitas khususnya pada keuangan yang masih dilakukan secara manual, sehingga pencatatan yang dilakukan terkadang kurang akurat. Selain itu, pemasaran yang dilakukan Le Crème juga masih lemah, yang mana meskipun Le Crème mengikuti beberapa kegiatan bazaar namun yang belum terlihat berdampak signifikan pada peningkatan penjualan. Kondisi tersebut dapat menjadi pemicu gagalnya bisnis yang dilaksanakan, karena pemasukan yang diperoleh tidak sebanding dengan biaya operasional untuk menyewa stand biaya-biaya lain yang dibutuhkan.

Penyebab – penyebab lain kegagalan bisnis beranekaragam, baik berasal dari faktor eksternal maupun dari faktor dalam bisnis. Dalam banyak kasus kegagalan bisnis yang terdahulu mampu untuk diprediksikan. Sementara penyebab eksternal kegagalan bisnis kini tidak begitu diprediksi. Dalam kebanyakan kasus, penyebab gabungan yang kompleks berkontribusi pada kegagalan bisnis (FEE dalam Arasti, 2015). Menurut Dun & Bradstreet dalam Titus (2014), 88,7% dari semua kegagalan bisnis adalah karena kesalahan manajemen, sedangkan menurut Zimmerer dalam Wartika (2015) terdapat beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya, yaitu tidak kompeten, kurang pengalaman, kontrol keuangan kurang, kesalahan perencanaan, lokasi kurang strategis. Hasil dalam penelitian Wartika (2015) menemukan bahwa faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kegagalan usaha adalah faktor kompeten dalam manajerial. Penelitian yang dilakukan oleh Arasti (2015) menunjukkan bahwa penyebab utama kegagalan bisnis adalah karena kurangnya manajemen yang baik, permodalan kurang, dan kebijakan pemerintah yang tidak memadai.

Dilihat dari latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini ialah faktor – faktor apa saja yang menjadi penyebab kegagalan bisnis Le Crème ?

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor – faktor yang menjadi penyebab kegagalan bisnis pada Le Crème.

LANDASAN TEORI

KEGAGALAN BISNIS

Pada dasarnya kegagalan merupakan ketidakberhasilan. Kegagalan bisnis dapat didefinisikan sebagai ingin atau perlu menjual atau melikuidasi untuk menghindari kerugian atau untuk melunasi kreditur atau ketidakmampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bisnis (Gaskill *et al* dalam Arasti *et al.*, 2015). Menurut Mono dalam Jannah (2015) kegagalan adalah tidak tercapainya target yang telah ditetapkan. Itu berarti, ketiadaan target akan meniadakan pula kegagalan. Maksudnya, jika seseorang tidak memiliki target yang dijanjikan maka seseorang tersebut dapat dikatakan gagal.

Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis

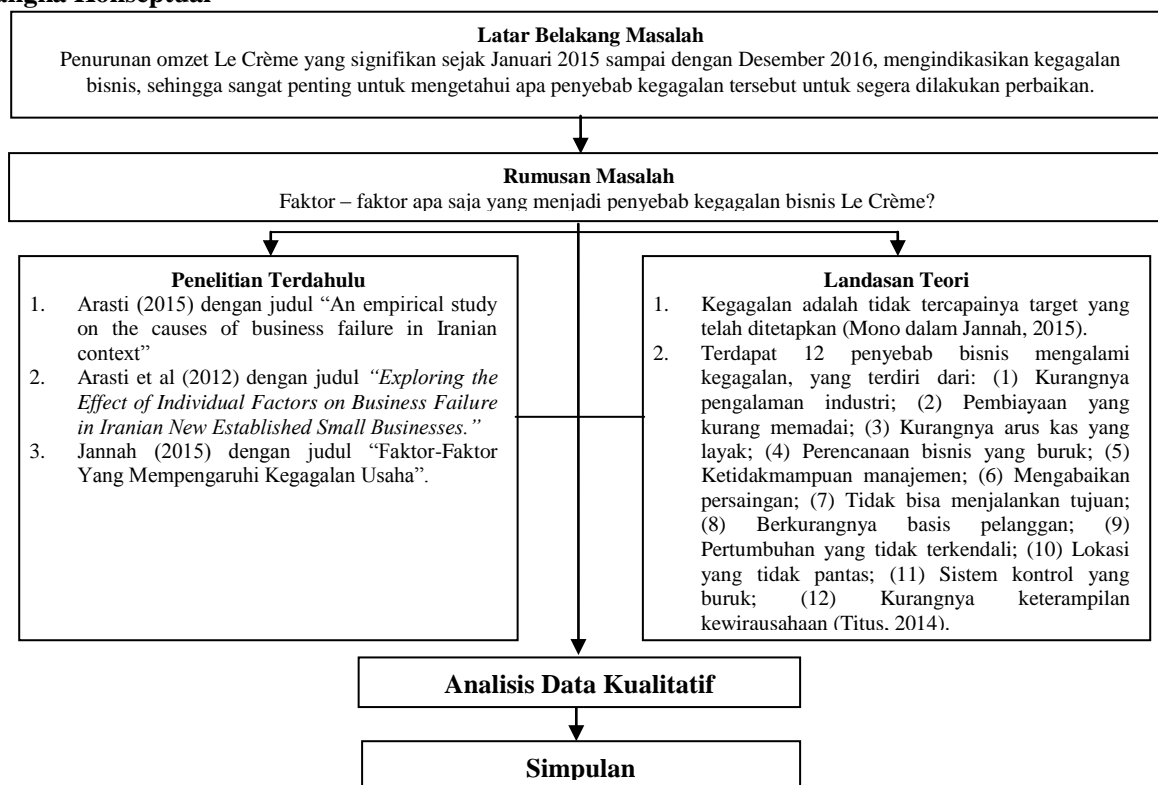
Menurut Ciputra yang dikutip Jannah (2015) faktor-faktor yang dapat menjadi penyebab kegagalan usaha antara lain:

1. Tidak Memiliki Visi; Usaha yang dijalankan tanpa tujuan merupakan penyebab terbesar kegagalan. Oleh karenanya, menentukan suatu tujuan, baik untuk jangka panjang, menengah, atau pendek, adalah hal yang sangat penting dilakukan.
2. Lemahnya Perencanaan. Perencanaan tidak harus rumit, tidak perlu seperti rencana perusahaan besar. Yang terpenting, bisa dijadikan pedoman untuk mencapai target. Ingat, jika gagal membuat rencana, sebenarnya kita sedang merencanakan sebuah kegagalan.
3. Terlalu Percaya Diri; Tidak semua ide besar akan booming di pasar. Sebelum ditawarkan ke konsumen, akan lebih ‘aman’ jika ide itu diuji dulu kelayakannya melalui sebuah riset atau cukup melakukan jajak pendapat sederhana kepada teman, keluarga, atau tetangga.
4. Miskin Komitmen; Ide yang bernilai milyaran akan menjadi sia-sia jika tidak diimbangi dengan komitmen yang kuat. Banyak wirausaha yang sudah memulai usaha namun tidak memiliki waktu untuk mengelola perusahaan. Imbasnya, usaha mengalami stagnan, sulit berkembang dan akhirnya gagal.
5. Keterbatasan Dana; Salah satu penyebab kegagalan ditahun-tahun awal usaha adalah minimnya dana operasional. Seorang pemilik perusahaan, walaupun kecil, harusnya bisa menghitung berapa banyak dana yang dibutuhkan untuk memutar roda usaha selama belum menghasilkan.

Jannah (2015) menjelaskan bahwa terdapat beberapa hal yang dapat menghindari kegagalan bisnis

yaitu 1). Parttime vs Fulltime, seseorang yang berbisnis secara paruh waktu dengan yang fulltime akan mempunyai peluang yang berbeda untuk memajukan bisnisnya. Orang yang berbisnis sebagai sampingan akan terpecah konsentrasi, waktu, tenaga, dan tugasnya. Berbeda dengan yang sudah menjalankan usaha secara full, dia bisa fokus penuh pada bisnis yang sedang dijalankan dan hasilnya pasti berbeda; 2). Memperbesar skala usaha terlalu cepat. Setiap langkah yang dibuat perusahaan harusnya sesuai dengan model bisnis yang sudah matang terencana sebelumnya yang tentunya akan lebih efektif dan terukur; 3). Membuat produk yang tidak komersil, seringkali para pengusaha menambah fitur-fitur baru berdasarkan keinginan idealis yang tidak menambah nilai jual dan nilai tambah bagi pelanggan. Seharusnya dalam mengembangkan produk pengusaha harus berinovasi, bernilai komersil tinggi dan bisa memprediksi untuk penjualan di masa depan; 4). Tidak handal, tipe pengusaha yang tidak handal adalah seperti tidak mudah untuk merekrut tim bisnis, mengumpulkan dana, menjaring pelanggan, dan membangun kemitraan. Banyak pengusaha yang gagal dalam hal ini; 5). Pemilihan waktu yang kurang tepat untuk meluncur ke pasar, Hal ini adalah faktor yang paling krusial dari semua faktor karena berada diluar jangkauan kendali pengusaha.

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2014:207) penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana mestinya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berlaku umum atau generalisasi.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Objek penelitian adalah obyek yang dijadikan penelitian atau yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Informan tersebut dipilih berdasarkan kriteria yaitu merupakan pihak yang memiliki pengetahuan penuh tentang perusahaan khususnya berkaitan dengan penyebab kegagalan bisnis. Beberapa informan tersebut antara lain adalah:

1. *Owner Le Crème*
Penilaian informan ini diperoleh langsung dari pemilik Le Crème, yaitu Katiana Kuswardi dan Theodorus Shandy K.
2. Dosen Pembimbing/Fasilitator
Penilaian dapat diberikan kepada informan yang pernah mengajar atau membimbing dalam bidang manajemen bisnis. Hal ini dikarenakan dosen pembimbing/fasilitator telah menguasai manajemen bisnis, sehingga peneliti dapat belajar banyak dari expert. Dosen Pembimbing/Fasilitator yang menjadi informan adalah Pak Nurindra.
3. Ahli di bidang manajemen
Penilaian dapat diberikan kepada informan yang berpengalaman minimal 10 tahun dalam bidang manajemen. Ahli di bidang manajemen yang menjadi informan adalah Pak Cliff.

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri (Sugiyono, 2014:222). Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah panduan wawancara yang memuat beberapa pertanyaan untuk mengetahui penyebab kegagalan bisnis Le Crème dengan mengacu pada beberapa hal berikut ini:

1. Pengalaman Bisnis:
2. Kinerja Anggota Kelompok
3. Faktor Pemasaran
4. Faktor Keuangan
5. Sistem Manajemen
6. Faktor Eksternal

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, maka metode yang digunakan untuk proses pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara
Wawancara menurut Sugiyono (2014:231) adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini, jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur. Menurut Sugiyono (2014:233) semi terstruktur sudah termasuk dalam kategori in-depth- interview dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur.
2. Observasi
Dengan observasi, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang tampak. Berkaitan dengan observasi ini, peneliti menggunakan metode partisipasi pasif (*passive participation*), maksudnya adalah peneliti datang ditempat kegiatan orang yang diamati, akan tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan mereka. Dalam hal ini peneliti mengamati kegiatan operasional perusahaan agar peneliti dapat mengamati segala kegiatan dan aktivitas perusahaan.

Metode Analisis Data

Langkah – langkah metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara. Peneliti menyusun daftar pertanyaan terkait dengan penelitian yang nantinya ditanyakan kepada narasumber yang terkait, yaitu anggota Le Creme, dan pakar di bidang manajemen. Mereduksi data yang telah diperoleh dari wawancara. Reduksi data ini yang dimaksudkan agar dapat menyeleksi data sehingga lebih menjawab mengenai permasalahan yang sedang diteliti.
2. Penyajian data bisa dilakukan dengan dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan bagan hubungan antar kategori. Tujuan dari penyajian tersebut untuk memudahkan memahami data yang diperoleh dan merencanakan kerja selanjutnya.
3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi kesimpulan. Kesimpulan masih dapat berubah apabila ditemukan data yang kuat yang mendukung tahap penelitian selanjutnya. Namun, bila data yang didapat telah didukung oleh bukti yang valid dan konsisten, maka dapat disimpulkan bahwa kesimpulan itu tidak perlu diubah atau dengan kata lain merupakan kesimpulan terakhir.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

FAKTOR – FAKTOR PENYEBAB KEGAGALAN BISNIS LE CRÈME

Pada dasarnya terdapat beberapa faktor penyebab kegagalan suatu bisnis, yang mana berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa informan menunjukkan bahwa faktor kinerja anggota dalam perusahaan sangat mempengaruhi jalannya bisnis, mengingat sumber daya manusia memegang peranan yang sangat dominan dalam suatu perusahaan.

Hal ini terbukti dari hasil wawancara yang dilakukan dengan informan 1 selaku *Owner* Le Crème yang menyatakan bahwa masih terdapat hambatan pada kinerja anggota yang kurang dapat bekerjasama dengan baik terlihat dari kurangnya komunikasi yang terjalin yang dapat dilihat pada kutipan wawancara berikut ini.

“...Kalau menurut saya untuk Le Crème ini yang menyebabkan itu karena tiap anggotanya itu kurang komunikasi yang baik, nggak pernah ngadain kayak rapat, pernah cuma jarang jadinya tiap anggota nggak bisa saling mengemukakan pendapat, nggak bisa saling memberikan support, nggak bisa saling memberikan unek-unek tiap anggota, jadi kayak nggak bisa tahu masalah di Le Crème itu apa, jadi seharusnya lebih berkomunikasi antar anggota.” (K, B-3-II, baris 12)

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan *Owner* Le Crème terlihat bahwa anggota kelompok Le Crème kurang menunjukkan kerjasama yang baik dalam mengelola bisnis seperti kurangnya komunikasi dan koordinasi yang terjalin, sehingga hal tersebut dapat berdampak pada kurang berjalannya bisnis dengan baik dan memicu kegagalan bisnis. Hal tersebut didukung dengan hasil wawancara dengan *Owner* Le Crème lainnya yaitu Informan 2 yang terlihat pada kutipan wawancara berikut ini.

“...Juga dari awal komunikasinya susah, ada beberapa anggota yang dihubungi itu susah sekali, mau kumpul susah, mau kerja susah, datangnya telat, ya kurang kinerjanya.” (S, B-9-II, baris 6)

Hasil wawancara tersebut juga didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan Informan 3 selaku Dosen Pembimbing/Fasilitator yang menyatakan bahwa kinerja anggota Le Crème kurang maksimal terlihat dari kurangnya kerjasama dan kurangnya koordinator yang dilakukan antar para anggota yang terlihat dari kutipan wawancara berikut ini.

“...Kinerja jelas untuk kerja tim itu diperlukan koordinasi dan komunikasi, di sini kurangnya dari Le Creme kalian kurang bisa koordinasi dengan baik...itu sebetulnya tugas dari CEO... Saya lihat kurang, Shandy sebagai koordinator dimana arus informasi sering tidak tersampaikan ke anggota yang lain itu.” (PN, B-17-II, baris 10)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa kinerja anggota kelompok menjadi salah faktor penyebab kegagalan bisnis yang terjadi. Hal tersebut didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan 2 selaku *Owner* Le Crème yang terlihat pada kutipan wawancara berikut ini.

“...Berpengaruh ya, kalau nggak ada kinerja apa-apa terus progres untuk memajukan bisnis itu gimana? Berarti kan bisnisnya cuma gitu-gitu aja, kalau bisnis nggak jalan kan pasti bisa dikatakan gagal karena nggak ada omzet nggak ada perkembangan dll. Terus ini kan kelompok, namanya kelompok nggak mungkin cuma satu orang, pasti lebih, apalagi dalam bisnis, itu kan butuh tenaga yang banyak, butuh kinerja yang banyak, kalau misalnya antara satu sama yang lain tidak bisa berkolaborasi tidak bisa saling mendukung untuk mencapai visi usaha ya kan nggak bisa jalan, masa yang nanggung cuma satu orang saja kan pasti berat, pasti kalah sama saingan-saingan lain yang sesuai visinya sama tiap anggotanya dengan usahanya itu.” (S, B-12-II, baris 20)

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa kegagalan bisnis dapat terjadi jika para anggota dalam bisnis kurang dalam memiliki pengalaman bisnis. Hasil wawancara yang dilakukan dengan informan diatas juga didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan 4 selaku Ahli di Bidang Manajemen yang menyatakan bahwa SDM menjadi salah faktor penting untuk diperhatikan karena dapat menjadi pemicu kegagalan bisnis, seperti terlihat pada kutipan wawancara berikut ini.

“...SDM ini paling penting sebenarnya kalau operasional, pemasaran, keuangan, administrasi itu sangat ditunjang oleh SDM nya... Sebagai contoh, misal, ternyata kelompok kerjanya / teamworknya / human resourcenya tidak bisa kompak misalkan, jadi dari pertama kali punya bisnis tidak bisa bersinergi antara setiap individu. Tidak mungkin bisnis itu bisa jalan lancar. Jadi SDM ini paling penting, ini kunci utama dari suatu bisnis.” (PC, B-28-II, baris 16)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa informan menunjukkan bahwa faktor sumber daya manusia yang dilihat dari kinerja masing-masing anggota dapat menjadi penyebab kegagalan bisnis termasuk pada Le Crème yang terlihat kurangnya komunikasi dan koordinasi yang terjalin dengan baik, sehingga menyebabkan kinerja masing-masing anggota dalam perusahaan juga kurang maksimal.

Faktor keuangan juga merupakan salah satu faktor yang menyebabkan kegagalan bisnis yang dijalankan Le Crème yang terlihat dari kurangnya pengelolaan keuangan seperti terlihat pada hasil wawancara yang dilakukan dengan Informan 1 selaku *Owner* Le Crème yang menyatakan bahwa faktor keuangan sangat kurang terkontrol sehingga berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis yang dapat dilihat pada kutipan wawancara berikut ini.

“...Menurut saya itu sangat berpengaruh ya karena kalau keuangan nggak benar kita itu nggak tahu kita ini rugi apa untung, Le Creme ini keuangannya memang kurang ya, kurang jelas jadinya kita nggak tahu apa yang harus dikurangi apa yang harus ditambahi jadi keuangan itu pada setiap bisnis itu sangat penting.” (K, B-5-IV, baris 24)

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan informan 1 selaku *Owner* Le Crème menunjukkan bahwa faktor keuangan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis, terlebih pada bisnis Le Crème, keuangan belum dikelola dengan baik, seperti terlihat pada kutipan wawancara yang dilakukan dengan Informan 1 selaku *Owner* Le Crème berikut ini.

“...Keuangan Le Creme jelek sekali juga nggak cuma ya kurang efektif dan maksimal karena selama ini keuangannya belum tertata dengan rapi dari tiap bulan ke bulan karena penjualan itu kita kecil, jadi memang sulit untuk terlihat untungnya, jadi memang kurang tertata dan terlihat.” (K, B-6-IV, baris 26)

Hasil wawancara yang dilakukan dengan informan 1 selaku *Owner* Le Crème tersebut didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan 2 selaku *Owner* Le Crème yang menyatakan bahwa faktor keuangan sangat berpengaruh terhadap berjalannya bisnis, sehingga apabila terdapat hambatan pada keuangan maka akan dapat berdampak pada gagalnya bisnis, seperti terlihat pada kutipan wawancara berikut ini.

“...Kalau menurut saya ya pasti sangat berpengaruh, soalnya apalagi dengan persaingan yang semakin ketat, pasti banyak produk-produk lain itu berinovasi kayak misal tampilannya dipercantik, standnya dipercantik, itu kan juga butuh modal yang lebih besar. Terus misal inovasi dari rasa kalau dari dessert, jelas kalau rasanya lebih banyak, lebih baru, jelas pasti biaya yang dibutuhkan untuk bikinnya lebih besar.” (S, B-14-IV, baris 32)

Hasil wawancara tersebut sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan Informan 3 selaku Dosen Pembimbing/Fasilitator yang juga menyatakan bahwa keuangan bisnis *Owner* Le Crème kurang ter-manage dengan baik, seperti terlihat pada kutipan wawancara berikut ini.

“...Mempengaruhi, sangat berpengaruh. Kayak Le Creme kemarin saya lihat untungnya berapa, cashnya berapa, uangnya Le Creme ada berapa itu jawaban dari tiga orang ini beda semua, bagaimana saya bisa mempercayai, saya minta buktinya anda juga tidak menyajikan, itu kan sangat berpengaruh, jadi tiap orang kan harus tahu dapat dana berapa, punya uang berapa, dapat bagian berapa, dan bagaimana anda mengalokasikan dana, pemilihan juga, harus dibicarakan.” (PN, B-24-IV, baris 45)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan permasalahan keuangan menjadi faktor penyebab kegagalan bisnis Le Crème karena kurangnya *manage* keuangan dengan baik. Disisi lain, pengelolaan keuangan dalam perusahaan merupakan kunci utama kegiatan operasional perusahaan dan tidak akan terlepas dari kegiatan yang berhubungan dengan kas. Bila pemakaian dana tidak terkontrol akan berakibat kas kosong.

Pengalaman bisnis anggota Le Crème hanya didapatkan dari ilmu yang diperoleh dan juga bisnis yang dijalankan selama *Entrepreneurship Project*, yang mana bisnis baru dijalankan selama kurang lebih dua tahun, sehingga pengalaman yang dimiliki masih kurang mendukung. Akan tetapi, beberapa anggota dalam Le Crème telah memiliki pengalaman menjalankan bisnis lainnya sebelum bergabung di Le Crème. Hal tersebut memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap jalannya bisnis, seperti yang terlihat dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Informan 2 selaku *Owner* dalam kutipan wawancara berikut ini.

“...Pengaruhnya lumayan besar soalnya kita jadi pengalaman, misal ada situasi kayak gini kita harus begini, karena kan kita sudah pernah mengalami jadi kita tahu apa yang harus dilakukan untuk selanjutnya. Mungkin juga bisa kita cegah terjadi.” (S, B-10-I, baris 10)

Pengalaman yang baik juga harus didukung dengan adanya *passion* yang dimiliki oleh anggota yang menjalankan bisnis tersebut. Dalam hal ini, setiap anggota dituntut untuk memiliki *passion* dalam bidang yang dijalannya yaitu bisnis *food and beverage*. Akan tetapi, menurut pendapat Informan 3 selaku Dosen Pembimbing/Fasilitator menunjukkan bahwa sebagian besar anggota dalam bisnis tidak memiliki *passion* bisnis di bidang *food and beverage*, sehingga hal tersebut berdampak kurang maksimalnya bisnis yang dijalankan, seperti terlihat pada kutipan wawancara berikut ini.

*“...kalian bertiga tidak terlalu passion di sini, nggak tahu kalau sekarang berubah ya. Dulu sering disebutkan bahwa azas *intrepreneurship* yang pertama itu adalah *passion*, kalau kalian mengerjakan hal yang kalian tidak senangi itu bukan *passion* kalian di sana. Saya rasa akan sangat sulit karena persaingan dalam bisnis itu sudah cukup ketat, apalagi dari bisnis yang kalian pilih Le Creme ini adalah F&B, lebih tepatnya dessert. Itu sangat banyak, kalau kalian senang masak senang ini itu masih lumayan karena*

kalian akan terus berinovasi mengembangkan rasa dll serta tidak akan pernah putus asa karena memang passion di situ. Kalian kurang passion dan bisnis tersebut persaingannya sangat ketat, nah itu salah satu faktor ya selain faktor komunikasi dan koordinasi, faktor kurang passion itu adalah hal yang membuat tidak berhasil.” (PN, B-18-II, baris 16)

Dari hasil wawancara yang dilakukan menunjukkan bahwa kurangnya *passion* yang dimiliki di bidang *food and beverage* menjadi kendala anggota dalam menjalankan bisnis yang kemudian memicu kegagalan bisnis yang terjadi, karena tidak maksimal dalam menjalankan bisnis yang ada.

Selain beberapa faktor internal penyebab kegagalan bisnis yang telah dikemukakan, kegagalan bisnis Le Crème disebabkan oleh faktor eksternal seperti terjadinya persaingan yang semakin ketat terlebih sudah banyak perusahaan sejenis yang sudah berdiri dulu dan memiliki *branding* yang kuat. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil wawancara yang dilakukan dengan Informan 1 selaku *Owner* Le Crème yang dapat dilihat pada kutipan wawancara berikut ini.

“...Kalau perusahaan lain, Le Creme ini kan seperti pudding, ini sebetulnya kan sudah banyak diluar jualan dessert lain, jadi buat kita itu sulit untuk menyaingi mereka karena mereka sudah punya brand yang kuat, pasar yang luas, sedangkan kita kan baru mulai, terus juga nggak punya stand baru sistem online, jadi sulit buat kita untuk menyaingi mereka, nah itulah yang menyebabkan kita kesulitan marketing dan memiliki brand yang kuat.” (K, B-5-VI, baris 20)

Dari hasil wawancara terlihat bahwa kegagalan bisnis juga terjadi dikarenakan faktor eksternal seperti terjadinya persaingan yang semakin ketat, yang mana sudah terdapat pesaing yang terlebih dahulu ada dan memiliki *brand* yang sudah banyak dikenal, sehingga menjadi kendala dan hambatan bagi Le Crème untuk melakukan pemasaran. Hasil wawancara tersebut didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan Informan 2 selaku *Owner* yang terlihat pada kutipan wawancara berikut ini.

“...Kalau dari proses berjalannya Le Creme pada awalnya memang cukup ketat ya karena awalnya memang banyak three days market seperti yang tadi saya bilang sehingga banyak pesaing-pesaing itu bermunculan, banyak startup bisnis yang juga inovatif menurut saya, tapi kalau dilihat dari akhir-akhir ini karena memang performa Le Creme sendiri menurun ya jelas kita kurang bersaing dengan yang lain, kalah saingan ibaratnya.” (S, B-13-VI, baris 30)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa persaingan yang cukup ketat pada bidang *food and beverage* yang ditandai dengan banyaknya pesaing-pesaing bermunculan terlebih kinerja Le Crème yang juga menurun menjadi salah satu faktor penyebab gagalnya bisnis.

Berdasarkan hasil wawancara secara keseluruhan menunjukkan bahwa faktor penyebab kegagalan bisnis lebih cenderung pada faktor internal seperti pengalaman bisnis yang dimiliki, pemasaran yang dilakukan, me-manage keuangan, kinerja anggota kelompok, dan juga sistem manajemen yang kurang terstruktur.

Pembahasan

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penyebab kegagalan bisnis Le Crème lebih cenderung mengarah pada faktor internal yang menunjukkan bahwa kegagalan bisnis perusahaan disebabkan oleh faktor seperti kurangnya pengalaman bisnis yang dimiliki oleh para anggota Le Crème, mengingat sejauh ini baru menjalankan bisnis Le Crème selama kurang lebih 2 tahun dan hanya mendapatkan pengalaman secara teoritis selama menjalankan kuliah. Hal ini sejalan dengan Zimmerer dalam Wartika (2015) yang mengemukakan bahwa kurangnya pengalaman menjadi salah satu faktor yang menyebabkan wirausaha

gagal dalam menjalankan usaha barunya. Disisi lain, pengalaman berbisnis sangat penting dan dibutuhkan *entrepreneur* dalam menjalankan bisnis, seperti yang dikemukakan oleh Priyanto (2009) bahwa seseorang yang memiliki kewirausahaan tinggi akan menyebabkan dia sukses dalam usahanya.

Selain kurangnya pengalaman yang dimiliki oleh para anggota, kinerja dari para anggota bisnis Le Crème juga sangat mempengaruhi kegagalan bisnis yang terjadi. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan juga menunjukkan bahwa kegagalan bisnis Le Crème juga disebabkan oleh kinerja anggota yang kurang baik, yang mana para anggota kurang menunjukkan kerjasama yang baik dalam mengelola bisnis seperti kurangnya komunikasi dan koordinasi yang terjalin. Hal ini sejalan dengan Zimmerer dalam Wartika (2015) yang menyatakan bahwa anggota dalam bisnis yang tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat perusahaan kurang berhasil.

Faktor lainnya yang menyebabkan gagalnya bisnis Le Crème adalah pada keuangan yang terlihat dari kurang mampunya anggota Le Crème dalam *manage* atau mengelola keuangan. Pengelolaan keuangan Le Crème yang kurang efektif dilihat dari pengelolaan keuangan yang belum tertata dengan rapi, sehingga berdampak pada perusahaan yang tidak mengetahui arus kas perusahaan dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa faktor keuangan menjadi salah satu penyebab kegagalan bisnis yang dialami oleh Le Crème. Hal ini didukung dengan pernyataan Zimmerer dalam Wartika (2015) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya adalah ketidakmampuan dalam keuangan seperti memelihara aliran kas atau mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat.

Selain itu ketidakmampuan mengatur sistem manajemen yang baik juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kegagalan bisnis yang mana sistem manajemen pada bisnis Le Crème kurang terstruktur dan kurang tertata dengan baik, sehingga hal tersebut memicu terjadinya kegagalan bisnis yang terjadi. Hal tersebut menunjukkan bahwa sistem manajemen sangat penting dalam kelangsungan bisnis, dimana sistem manajemen yang kurang terstruktur akan menyebabkan kegagalan bisnis, seperti yang dikemukakan oleh Titus (2014) yang menyatakan bahwa salah satu penyebab bisnis mengalami kegagalan adalah sistem kontrol yang buruk.

Implikasi Manajerial

Tabel 1 Implikasi Manajerial

Kriteria	Kondisi Sekarang	Implikasi Manajerial
Kinerja Anggota Kelompok	Masih terdapat hambatan pada kinerja anggota yang kurang dapat bekerjasama dengan baik terlihat dari kurangnya komunikasi yang terjalin	<ol style="list-style-type: none"> Kedepannya agar dapat menjalin komunikasi yang baik antar anggota dengan selalu mengkomunikasikan kondisi yang terjadi pada perusahaan pada meeting yang dilakukan secara berkala. Kedepannya agar CEO dapat melakukan koordinasi kepada anggota dalam bisnis khususnya ketika ada informasi agar dapat tersampaikan ke seluruh anggota.
Faktor Keuangan	Kurang dapat <i>manage</i> atau melakukan pengelolaan pada keuangan yang ada sehingga arus kas kurang terkontrol	Kedepannya agar dapat mengelola keuangan dalam bisnis dengan terus memantau arus kas yang terjadi baik arus masuk maupun arus keluar agar selalu dicatat dan dibuat pembukuan secara jelas dan rinci
Faktor Pemasaran	Kegiatan pemasaran yang dilakukan masih kurang maksimal serta kurangnya <i>branding</i> yang dilakukan, sehingga masih banyak konsumen yang belum mengenal Le Crème	Kedepannya agar perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat salah satunya melalui promosi-promosi yang dilakukan melalui media seperti Instagram
Sistem Manajemen	Sistem manajemen yang dilakukan kurang terstruktur sehingga berdampak pada kegagalan bisnis yang dijalankan	Kedepannya agar dapat <i>manage</i> setiap lini/fungsi manajemen dengan memperbanyak pengalaman bisnis yang dilakukan

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Faktor yang menjadi penyebab gagalnya bisnis yang dilakukan Le Crème adalah kurangnya pengalaman bisnis yang dimiliki oleh para anggota dalam menjalankan bisnis, yang mana sebagian besar anggota bisnis Le Crème hanya mendapatkan pengalaman secara teoritis dan baru menjalankan bisnis selama kurang lebih 2 tahun terakhir. Selain itu, faktor SDM menunjukkan rendahnya kinerja anggota bisnis terlihat dari kurangnya kerjasama yang baik dalam mengelola bisnis.

Faktor lain yang turut berperan dalam menjadi penyebab kegagalan bisnis Le Crème adalah pengelolaan keuangan yang kurang baik oleh para anggota, yang mana para anggota kurang dapat *manage* keuangan, sehingga berdampak pada perusahaan yang tidak mengetahui arus kas perusahaan dengan baik. Hal ini menyebabkan perusahaan tidak dapat mengevaluasi kas masuk maupun kas keluar, sehingga keuangan kurang tertata dengan baik dan tidak dapat terdeteksi kerugian yang kemungkinan dialami oleh perusahaan.

Selain itu, ketidakmampuan anggota dalam mengatur sistem manajemen menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kegagalan bisnis yang mana sistem manajemen pada bisnis Le Crème kurang terstruktur dan kurang tertata dengan baik, sehingga hal tersebut memicu terjadinya kegagalan bisnis yang terjadi. Secara keseluruhan menunjukkan bahwa sebagian besar faktor penyebab kegagalan bisnis yang terjadi pada Le Crème berasal dari faktor internal perusahaan itu sendiri

Saran

1. Diharapkan agar kedepannya perusahaan dapat melakukan koordinasi yang baik antar anggota dengan menjalin komunikasi yang intens melalui adanya meeting yang dilakukan secara berkala.
2. Diharapkan agar kedepannya dapat mengelola keuangan dalam bisnis dengan terus memantau arus kas yang terjadi baik arus masuk maupun arus keluar agar selalu dicatat dan dibuat pembukuan secara jelas dan rinci.
3. Diharapkan agar kegagalan bisnis yang terjadi dapat menjadi evaluasi dan pembelajaran para *entrepreneur* sebagai upaya antisipasi terjadinya kegagalan bisnis yang mungkin dihadapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arasti, Z. 2015. An empirical study on the causes of business failure in Iranian context. Full Length Research Paper. *African Journal of Business Management* Vol. 5 (17), hal. 7488-7498
- Arasti, Z., F. Zandi, & K. Talebi. 2012. Exploring the Effect of Individual Factors on Business Failure in Iranian New Established Small Businesses. *International Business Research* Vol. 5, No. 4
- Jannah, M. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegagalan Usaha. *Jurnal Islamiconomic* Vol.6 No.1
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta
- Titus, S. 2014. Key Reasons Why Small Businesses Fail, Commissioned by IIB-Business Support Americas. *Accredited Associate of The Institute for Independent Business*.
- Wartika, I., Wayan. 2015. Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Usaha Penerima Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) Di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha Tahun 2013). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol : 5, No : 1