

I. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Banyaknya bisnis makanan yang dibuka menimbulkan persaingan yang sangat kuat, terlebih jenis-jenis makanan yang ditawarkan hampir sama hanya cita rasa dan kualitasnya yang berbeda. Salah satu makanan yang banyak diminati saat ini adalah mi, sehingga semakin banyak tempat usaha mi yang dibuka. Semakin banyaknya di buka tempat usaha makanan baru, berarti semakin banyak pula pilihan tempat bagi konsumen untuk makan. Dengan demikian semakin ketat pula persaingan pemilik usaha dalam menarik minat konsumen (Mahmud, 2009).

Berdasarkan adanya perubahan-perubahan pada perilaku konsumen, dan semakin kuatnya persaingan dalam menjaring pangsa pasar, pemilik usaha dituntut harus mampu memperhatikan dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, kemudian berusaha untuk dapat memenuhinya. Oleh karena itu, pemilik usaha harus peka terhadap perubahan dan perkembangan perilaku konsumen, sehingga pemilik usaha dapat membuat strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produknya sehingga akan memberikan suatu ketertarikan kepada konsumen (Mahmud, 2009).

Sektor bisnis makanan yang terdapat di daerah Madura rata-rata masih tergolong sektor bisnis kecil dan menengah yang masih membutuhkan pengembangan dan mengoptimalkan kinerja produknya, untuk itu perlu disusun strategi bersaing yang baik dalam hal harga, kualitas, teknologi, maupun fleksibilitas biaya pada produksi (Agus, 2002).

Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam menciptakan strategi bersaing adalah analisis QSPM (*Quantitative Strategi Planning Matrix*). Analisis ini merupakan teknik yang secara objektif dapat menetapkan strategi alternatif yang diprioritaskan. Sebagai suatu teknik, QSPM memerlukan sebuah analisa atau perkiraan matang dan tepat dalam penilaian. Metode ini adalah alat untuk melakukan evaluasi pilihan strategi alternatif secara objektif, berdasarkan faktor kunci kesuksesan internal-eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya (Raditya, 2009).

Kedai Ke'keke' Sampang merupakan tempat usaha yang bergerak di bidang kuliner yaitu mi super pedas. Dalam menjalankan aktivitasnya perusahaan perlu menerapkan alternatif strategi untuk mempermudah pencapaian tujuan yang diharapkan dengan cara mengenali secara objektif kondisi internal dan eksternal, agar dapat mempertahankan atau bahkan mengembangkan posisi perusahaan di lingkungan usaha yang cenderung berubah dengan cepat (Aaker, 1996). Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan analisis *QSPM* untuk mengetahui strategi bersaing yang tepat di Kedai Ke'keke' Sampang.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor internal apa saja yang berpengaruh pada pengembangan industri kuliner mi di Kedai Ke'keke'?
2. Faktor-faktor eksternal apa saja yang berpengaruh pada pengembangan industri kuliner mi di Kedai Ke'keke'?
3. Strategi alternatif (kunci) apa yang tepat untuk pengembangan industri kuliner mi di Kedai Ke'keke'?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini menjawab dari rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor internal yang berpengaruh pada pengembangan industri kuliner mi Kedai Ke'Keke'.
2. Mengetahui faktor-faktor eksternal yang berpengaruh pada pengembangan industri kuliner mi Kedai Ke'Keke'.
3. Mengetahui strategi alternatif untuk pengembangan industri kelinier mi Kedai Ke'keke'.

1.4 BATASAN MASALAH

Batasan masalah adalah Penelitian ini dilakukan di industri kuliner mi di Kedai Ke'keke' Sampang.

1.5 MANFAAT

Manfaat dari penelitian ini adalah

1. Memberikan informasi mengenai keadaan maupun kondisi serta permasalahan yang dihadapi industri maupun perusahaan.
2. Memberikan informasi yang dapat menjelaskan tentang aplikasi QSPM dalam menentukan strategi bersaing di industri kuliner mi Kedai Ke'keke'.
3. Sebagai tambahan referensi bagi penelitian, terutama tentang penelitian yang berkaitan dengan aplikasi QSPM.
4. Hasil penelitian diharapkan memberikan saran terhadap perusahaan mengenai strategi apa saja yang akan dilakukan untuk meningkatkan kinerja produk.