

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner di Indonesia semakin diminati dengan melihat banyaknya orang yang suka mencoba menu makanan baru, baik makanan tradisional, nasional, maupun internasional. Bisnis kuliner (makanan) merupakan salah satu bisnis yang paling cepat berkembang serta mempunyai kemampuan yang sangat besar untuk dikembangkan. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya bisnis kuliner yang berdiri dari waktu ke waktu dan dengan penawaran menu andalannya masing – masing. Bisnis kuliner terus berkembang untuk saat ini. Menurut Abdul Rochim (Direktur Jenderal Industri Agro Kementerian Perindustrian) mengatakan bahwa “Industri makanan dan minuman diproyeksikan akan berkembang sekitar 30% pada akhir tahun 2020”. Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia dapat diandalkan untuk berkembang dan ini tentunya menjadi peluang yang menggiurkan bagi para pebisnis kuliner.

Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari bisnis kuliner. Bisnis kuliner ini juga merupakan bisnis yang didelegasikan sangat mudah dilakukan bagi orang – orang yang memiliki modal kecil. Ada banyak alternatif untuk mencari tahu di mana modal kecil ini dapat digunakan dan menghasilkan keuntungan. Namun tidak sedikit pelaku bisnis kuliner yang gagal atau bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan tidak sesuai, kualitas produk dan layanan yang kurang optimal. Untuk meningkatkan penjualan serta mempertahankan konsumen dapat dilakukan dengan cara penerapan strategi pemasaran yang sesuai dan hubungan baik dengan konsumen.

Hubungan yang baik dengan konsumen akan terjalin jika bisnis kuliner dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan selera konsumen. Selain itu, loyalitas konsumen juga merupakan sumber informasi yang efektif untuk manajemen dalam melakukan perbaikan pada layanannya. Salah satu cara yang dilakukan oleh Rumah Makan Ayam Brewok Sakera adalah melakukan riset kepuasan kepada konsumen.

Hal ini dilakukan untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang sudah diterapkan di Rumah Makan Ayam Brewok Sakera agar dapat bersaing dan meningkatkan penjualan serta mengikuti perkembangan bisnis.

Perkembangan bisnis kuliner ini disertai dengan semakin banyaknya rumah makan atau restoran kafe yang bermunculan. Seiring dengan perkembangan jaman yang menuntut tingginya tingkat persaingan, keberadaan Rumah Makan Ayam Brewok Sakera mulai tersaingi dengan adanya bisnis kafe atau kuliner modern dengan tampilan dan pengelolaan yang lebih representatif. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan komponen penting yang harus diperhatikan untuk membangun loyalitas konsumen dalam memperluas penawaran. Maka setiap pengusaha sebaiknya memiliki strategi pemasaran agar pengelolaan lebih representatif.

Mulyani (2019) dalam penelitiannya mengatakan bahwa “Strategi dari segi produk, harga, promosi dan distribusi berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan”. Menurut Kurtz (2008), “Strategi pemasaran merupakan keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar”. Strategi ini bertujuan untuk memuaskan konsumen dengan membangun bauran pemasaran. Sehingga sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan

Menurut Sofjan Assauri (2015) “Strategi pemasaran yaitu pada dasarnya adalah rencana pemasaran yang komprehensif, dan terintegrasi, yang memberikan arahan tentang kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran bisnis”. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran dengan kebijakan dan aturan yang memberikan arahan untuk upaya pemasaran dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah.

Semakin banyaknya bisnis kuliner yang berkembang khususnya bisnis rumah makan, tidak semuanya bisa bertahan lama. Sebagian besar bisnis kuliner ini jatuh ataupun gagal sebab beberapa aspek, tercantum aspek – aspek manajemen yang masih sederhana, minimnya modal serta hilangnya konsumen. Di bidang pemasaran, keadaan yang sangat susah memelihara konsumen untuk selalu konsumsi produk rumah makan ini ataupun kerap diucap loyalitas konsumen. Untuk membuat pelanggan loyal, rumah makan ini harus memiliki prosedur

pemasaran yang tepat dalam memasarkan produk mereka, karena strategi pemasaran juga merupakan elemen penting untuk mencapai tujuan, dengan menciptakan keunggulan produk dan pelayanan yang digunakan untuk kepuasan pelanggan. Strategi pemasaran yang mampu mendukung pemasaran untuk menciptakan kepuasan pelanggan diantaranya adalah dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran merupakan teknik dimana pengusaha bisa pengaruhi konsumennya dan butuh perencanaan serta pengawasan yang matang dengan melakukan tindakan- tindakan yang konkret. Untuk keperluan tersebut pengusaha bisa melakukan tindakan yang terdiri dari 4P, yaitu tindakan mengenai produk (*product*), harga (*price*), distribusi atau penempatan produk (*place*) dan promosi (*promotion*). Strategi pemasaran dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk meningkatkan loyalitas konsumen, dan dengan konsumen yang merasa puas dapat mempertahankan konsumen untuk selalu mengkonsumsi produk yang berpengaruh pada volume peningkatan penjualan.

Rumah Makan Ayam Brewok Sakera termasuk salah satu rumah makan yang banyak di minati masyarakat Sumenep, karena didukung dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang memadai serta lokasi strategis yang bertempat di Jl. Pahlawan No.15 Karangduak, Sumenep. Rumah makan ini juga cocok untuk tempat acara karena memiliki halaman parkir yang luas, taman dan *meeting room*. Sebelum *brand* terkenal di kota Sumenep, *brand* ini adalah bisnis rumahan dengan strategi penjualan seadanya, beberapa tahun setelah merintis bisnis rumahan kemudian menyewa tempat yang strategis di tengah kota. Dengan naik dan turunnya perkembangan penjualan pada rumah makan ini maka pemilik bisnis ini mencoba pindah lokasi ke tempat yang strategis juga dan membuka cabang di kota Malang. Setelah itu rumah makan ini mengevaluasi strategi pemasaran dan meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar dapat bersaing dengan rumah makan lainnya. Persaingan yang ketat saat ini dalam bisnis kuliner yang membuat rumah makan ini harus meningkatkan nilai kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik agar konsumen dapat merasakan kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen. Rumah makan ini mampu bersaing selama ini dengan kompetitornya,

namun dengan adanya wabah covid 19 membuat omset menurun, hal ini membuat rumah makan ini menganalisis SWOT kembali untuk mempertahankan pelanggan pada saat pandemi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, masalah penelitian ini adalah, "Bagaimana strategi pemasaran Rumah Makan Ayam Brewok Sakera Sumenep untuk meningkatkan penjualan? "

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran Rumah Makan Ayam Brewok Sakera Sumenep untuk meningkatkan penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Peneliti dapat memberi masukan dan saran kepada rumah makan berdasarkan hasil penelitian dengan analisis SWOT dan strategi pemasaran yang sesuai dalam peningkatan penjualan di rumah makan Ayam Brewok Sakera.

1.4.2 Manfaat Teoritis

a.) Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti dalam menentukan perencanaan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan serta dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat pada saat praktek atau membangun bisnis.

b.) Bagi Akademis

Sebagai referensi yang dapat dibaca di masa yang akan datang apabila ingin melakukan penelitian mengenai strategi bauran pemasaran dan analisis SWOT.