

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha ayam geprek mempunyai peluang yang menggiurkan untuk dicoba. Meski sudah berceceran bisnis kuliner makanan pedas di Indonesia, bisnis makanan yang satu ini masih eksis di kalangan pecinta pedas. Ditambah lagi dengan makin berkembangnya usaha ayam geprek menjadi bisnis kuliner waralaba. Keberadaannya makin dikenal di berbagai wilayah Indonesia. Kemunculan bisnis usaha ayam geprek pertama kali di Yogyakarta pada tahun 2003. Racikan resep ayam geprek juga ditemukan secara tidak sengaja. Pada mulanya ada mahasiswa yang meminta sajian khusus ayam goreng tepung dicampur dengan aneka sambal pada ibu Ruminah sebagai penjual ayam goreng. Hingga pada akhirnya ibu Ruminah ini menjadikan sajian tersebut sebagai ayam geprek dan menamai warungnya ayam geprek Bu Rum.

Ayam geprek merupakan makanan ayam goreng tepung khas Indonesia yang diulek atau dilumatkan bersama sambal bajak atau pun sambal bawang. Dan pada saat ini ayam geprek telah menjadi hidangan populer yang dapat ditemukan di hampir semua kota besar yang ada di Indonesia.

Strategi pemasaran merupakan salah satu bagian dari strategi perusahaan yang sangat penting untuk direncanakan dengan matang agar perusahaan dapat unggul dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif dan bervariasi. Pada saat ini berbagai metode penentuan strategi pemasaran untuk mengembangkan suatu usaha maupun meningkatkan daya saing pun semakin banyak dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan internal maupun eksternal pada perusahaan. Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan diri di dalam persaingan untuk dapat memanfaatkan setiap peluang serta sebisa mungkin menghadapi berbagai ancaman yang ada maupun yang akan di hadapi. Sekarang ini jumlah rumah makan, cafe, dan restoran sudah benar-benar menjamur mulai dari yang berskala kecil sampai dengan yang berskala internasional. Berkunjung ke kota Jember, hampir setiap sudut kotanya kita menjumpai beragam makanan yang dijual.

Ayam geprek pipo merupakan usaha yang menjual, mengelola dan menerima pesanan makanan ayam. Hal ini menyebabkan pesatnya perkembangan zaman dan canggihnya alat modern sehingga usaha ayam geprek semakin ketat. Nama pipo diambil dari kata pipi bakpo yang artinya pemilik dari usaha ayam geprek pipo memiliki adik laki-laki yang mempunyai pipi seperti bakpo, sehingga pemilik berinisiatif memberi nama usahanya dengan menggunakan ayam geprek pipo. Selera ayam geprek pipo merupakan restoran makanan cepat saji yang memberikan pelayanan dan kualitas yang terbaik. Ayam geprek pipo ini berada di Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember Jawa Timur. Usaha ini mirip dengan usaha ayam kfc, cfc, dan sebagainya. Sehingga dalam menjalankan atau membuka usaha ini harus pintar-pintar memilih tempat yang cocok dan juga konsep pemasaran yang akan di gunakan. Ayam geprek pipo sendiri merupakan usaha ayam goreng yang di masak dengan di bumbu tepung dan di geprek menggunakan alat pengulek. Usaha ayam geprek ini banyak di gemari oleh pengusaha-pengusaha baru yang ingin membuka usaha ayam geprek, di setiap usaha memiliki nama ayam geprek yang sama akan tetapi rasa dan tampilan ada yang sedikit beda. Rasa bisa di bandingkan antara ayam geprek yang satu dengan yang lainnya. Makanan ayam geprek ini sudah di kelola dan di masak menggunakan alat alat yang sudah memenuhi standar penjualan, mulai dari alat-alat tradisional dan alat-alat modern yang lainnya.

Ayam geprek pipo memiliki pesaing sejenis yang berada di daerah kawasan Kecamatan Jenggawah. Pesaing sejenis ini juga menerapkan sistem pemasaran yang hampir sama dengan usaha ayam geprek pipo. Pesaing sejenis diantaranya, ayam geprek sai, *C'Bezt* Jenggawah, ayam *Hisana Fried Chicken* Jenggawah, ayam geprek mbo lowo, dan ayam geprek angkringan Jenggawah.

Dengan banyaknya pesaing yang dimiliki oleh usaha ayam geprek pipo maka berpengaruh juga terhadap jumlah produksi yang dihasilkan oleh ayam geprek pipo, yaitu pada hari biasa ayam geprek pipo mampu memproduksi rata-rata 100 bungkus per harinya, dengan bahan baku ayam potong sekitar 60 kilo. Sedangkan, pada saat hari besar mampu memproduksi 200 bungkus bahkan lebih, dengan bahan baku ayam potong mencapai 100 kilo. 100 bungkus ayam geprek menghasilkan keuntungan sebesar Rp 1.000.000, sedangkan 200 bungkus ayam geprek memperoleh keuntungan sebesar Rp 2.000.000.

Berdasarkan permasalahan yang dialami perusahaan maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi aspek manajemen pada ayam geprek pipo, baik dari lingkungan internal maupun eksternal dengan menggunakan metode analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT). Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). (Rangkuti, 2014), sehingga dapat dihasilkan alternatif strategi pemasaran yang sesuai, serta menggunakan analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menetapkan prioritas strategi yang tepat dalam pemasaran pada ayam geprek pipo.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi faktor-faktor internal dan eksternal pada ayam geprek pipo Jenggawah ?
2. Bagaimana menentukan strategi pemasaran yang tepat pada ayam geprek pipo Jenggawah ?
3. Bagaimana prioritas strategi pemasaran untuk ayam geprek pipo Jenggawah ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Menjelaskan dan menganalisa faktor internal dan eksternal pada ayam geprek pipo Jenggawah.
2. Menentukan dan menganalisa alternatif strategi pemasaran, sejauh mana penerapan analisis swot (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) yang dihadapi ayam geprek pipo dalam rangka menentukan strategi pemasaran.
3. Menentukan dan menganalisa prioritas strategi pemasaran pada ayam geprek pipo Jenggawah.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan di atas, maka diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi orang lain adalah sebagai berikut :

1. Bagi pihak perusahaan ayam geprek pipo Jenggawah

Sebagai bahan perbandingan bagi pihak usaha ayam geprek pipo dalam menerapkan strategi pemasaran dengan memperhatikan strategi bauran pemasaran dan analisis SWOT sehingga usaha ayam geprek pipo dapat mengetahui sejauh mana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi.

2. Bagi peneliti

Sebagai sumber informasi sekaligus sumbangan pemikiran kepada pihak ayam geprek pipo. Selain itu melalui penelitian ini peneliti dapat mengetahui faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

3. Bagi pembaca

Sebagai bahan masukan bagi peneliti yang ingin memperdalam mengenai strategi pemasaran dalam menentukan prioritas strategi yang tepat pada pemasaran usaha ayam geprek pipo.