

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di era Abad ke-21 mengalami kemajuan yang sangat pesat, mengakibatkan terjadinya persaingan diantara perusahaan atau pengusaha di segala bidang, salah satunya dibidang kuliner. Menurut data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) jumlah usaha kuliner di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 5,55 juta unit atau 67,66% dari total 8,20 juta usaha ekonomi kreatif. Banyaknya jumlah usaha kuliner yang ada mengharuskan perusahaan untuk mampu bersaing dengan mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan agar bisnis tersebut memiliki tingkat penjualan yang tinggi dan memenangkan persaingan. Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan pendistribusian gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memenuhi tujuan individu dan organisasi. Metode penentuan strategi pemasaran untuk mengembangkan suatu usaha dan meningkatkan daya saing semakin bertambah banyak dilakukan dengan mempertimbangkan faktor kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan, dimana perusahaan harus mengetahui kekuatan dan kelemahan dalam persaingan untuk dapat memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman dengan mudah.

Bisnis kuliner adalah bisnis yang sangat digemari oleh masyarakat, hal ini dapat dilihat dari perkembangan bisnis kuliner yang semakin banyak yang menyebabkan persaingan semakin meningkat antar pelaku bisnis kuliner untuk menarik minat konsumen dan mempertahankan konsumen. Saat ini bisnis kuliner sudah menjadi kebutuhan sebagian besar masyarakat, yang menyebabkan bisnis kuliner berada dimana-mana, salah satu bisnis kuliner yang banyak diminati yaitu usaha bakso. Probolinggo merupakan tempat yang cocok bagi masyarakat untuk berwirausaha di bidang kuliner, dapat dilihat di sepanjang jalan terdapat banyak macam bisnis kuliner bakso. Karena usaha bakso memiliki peluang yang sangat besar dan menguntungkan. Banyak pelaku usaha bakso yang mendapatkan

kesuksesan dari berjualan. Salah satu pelaku usaha bakso yang mendapatkan kesuksesan dari berjualan adalah Usaha Bakso Pak Pani. Usaha yang digeluti oleh Pak Pani ini dimulai dengan berjualan keliling antar desa dengan menggunakan gerobak dorong hingga memiliki tiga cabang yang ada di Kabupaten Probolinggo salah satunya berlokasi di jalan Raya Besuk Desa Besuk Agung Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo.

Usaha Bakso Pak Pani memiliki visi menjadikan Usaha Bakso Pak Pani sebagai penjual bakso yang mampu menyediakan bakso yang berkualitas, bisa memenangkan persaingan, dan menjadi penjual bakso nomor 1 di Probolinggo, sedangkan misi pertama memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan kepada konsumen, kedua memastikan bakso dengan kualitas yang baik dan sehat, dan ketiga terus berinovasi dalam menciptakan menu-menu yang unik. Bakso Pak Pani bersaing langsung dengan usaha kuliner lainnya seperti Bakso Pandawa, Bakso Barokah, dan Bakso Mandala. Oleh karena itu, bakso Pak Pani terus berusaha mengembangkan inovasi baru dengan meningkatkan kualitas mutu produk dan layanan dan menerapkan manajemen modern.

Usaha Bakso Pak Pani juga menjual nasi goreng, mie goreng, dan mie ayam. Usaha Bakso Pak Pani sudah berdiri sejak tahun 1977 namun usaha ini tidak lepas dari permasalahan khususnya dalam penjualan produk bakso. Beberapa tahun terakhir penjualan produk mengalami penurunan yang awalnya setiap hari memproduksi bakso sebanyak 10 kg daging sapi perhari menjadi 4-6 kg daging sapi perhari hal ini dikarenakan bertambahnya saingan usaha kuliner yang didirikan dan juga keadaan Pandemi Covid-19 yang mengharuskan pembatasan pembeli yang makan di tempat dan rumah makan diharuskan tutup jam 8 malam.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan maka perlu strategi pemasaran pada usaha Bakso Pak Pani untuk mempertahankan dan memperluas penjualan di tengah banyaknya persaingan usaha kuliner lainnya. Strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan dengan menggunakan teknik analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) untuk merancang strategi yang tepat untuk

perkembangan dan kemajuan usaha Bakso Pak Pani. Metode SWOT digunakan untuk mengevaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan untuk menentukan strategi alternatif. Sedangkan QSPM merupakan metode untuk menentukan strategi prioritas yang diperoleh dari metode SWOT. Penelitian ini diharapkan dapat membantu usaha Bakso Pak Pani menentukan strategi apa yang tepat dalam pemasaran produk bakso.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena masalah tersebut, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Pada Usaha Bakso Pak Pani Desa Besuk Agung Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo“**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah yang menjadi faktor internal dan eksternal pada Strategi Pemasaran Pada Usaha Bakso Pak Pani Desa Besuk Agung Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo ?
2. Alternatif strategi apakah yang dapat diterapkan pada Strategi Pemasaran Pada Usaha Bakso Pak Pani Desa Besuk Agung Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo ?
3. Strategi manakah yang menjadi strategi prioritas dalam Strategi Pemasaran Pada Usaha Bakso Pak Pani Desa Besuk Agung Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo ?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi dan menganalisa faktor internal dan eksternal Strategi Pemasaran Pada Usaha Bakso Pak Pani Desa Besuk Agung Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo.

2. Menganalisis dan merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan pada Strategi Pemasaran Pada Usaha Bakso Pak Pani Desa Besuk Agung Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo.
3. Menganalisis dan menentukan strategi prioritas pada Strategi Pemasaran Pada Usaha Bakso Pak Pani Desa Besuk Agung Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan saya lakukan, diharapkan mendapatkan hasil dan memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam berbagai hal, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian diharapkan bisa menjadikan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi usaha Bakso Pak Pani Desa Besuk Agung Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

2. Bagi Akademisi Dan Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk memperluas pengetahuan dan dapat digunakan sebagai pembelajaran mengenai strategi pemasaran khususnya pada usaha bidang pangan yaitu bakso selanjutnya.

3. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian strategi pemasaran khususnya pada usaha bidang pangan yaitu bakso.