

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan UMKM di Indonesia saat ini merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam memajukan perekonomian Indonesia. Sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4, UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2019), jumlah UMKM tahun 2019 mencapai 65,47 juta, dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 60,51% atau senilai 9.580,78 triliun rupiah. Hal tersebut menandakan bahwa UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Kemajuan perekonomian yang baik pada dasarnya didukung oleh semua sektor skala besar ataupun skala kecil (Priyanto and Prasetyanto 2020). Bidang usaha yang cukup menjamin adalah usaha dalam bidang makanan dan minuman. Menurut Kominfo bahwa Kementerian Perindustrian mencatat, kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2015-2019 rata-rata tumbuh 8,16% atau di atas rata-rata pertumbuhan industri pengolahan nonmigas sebesar 4,69%. Salah satu jenis produk dalam bidang makanan yaitu ramen.

Ramen adalah hidangan mie kuah yang pada awalnya diimpor dari China pada tahun 1800an dan telah menjadi salah satu hidangan yang populer di Jepang. Pada tahun 1980 popularitas ramen berkembang tidak hanya di Jepang tetapi juga secara global dan mulai digemari oleh pecinta kuliner di Indonesia. Mie ramen terbuat dari tepung terigu sama seperti mie yang ada di Indonesia pada umumnya. Ramen biasanya dikategorikan berdasarkan aneka kuah dan toppingnya. Ada yang menggunakan kuah daging ayam, daging babi, dan kuah daging sapi. Sedangkan untuk toppingnya bisa menggunakan daun bawang, sayuran hijau, jagung rebus, serta nori sehingga menciptakan citarasa yang berbeda. Hidangan ramen biasanya dijual di kedai maupun restoran dengan nuansa Jepang. Salah satu kedai yang menjual ramen di Kabupaten Jember yaitu kedai Yamurashi.

Kedai Yamurashi merupakan kedai yang menyajikan berbagai jenis menu makanan Indonesia dan Jepang. Salah satu menu Jepang yang dihidangkan yaitu Ramen. Mie ramen yang dihidangkan pada kedai Yamurashi tidak jauh berbeda dengan mie ramen yang ada di Jepang, hanya saja sudah dilakukan penyesuaian rasa dengan selera masyarakat Indonesia. Varian menu ramen yang tersedia pada kedai Yamurashi yaitu: Fukuoka Shio Ramen, Shi Ramen, Osaka Curry Ramen, Tokyo Shoyu Ramen dan Mura Ramen. Ramen yang ditawarkan juga memiliki berbagai tingkat kepedasan yang dimulai pada level 0-3, sehingga dapat memudahkan konsumen untuk memilih menu dan level pedas sesuai dengan keinginannya. Awal mula usaha ini berdiri yaitu pemilik kedai ingin memperkenalkan budaya makanan Jepang khususnya ramen kepada masyarakat Jember. Usaha ini dimulai pada tahun 2019, pada awalnya pemilik hanya melayani pemesanan konsumen secara online melalui *gofood*, *instagram*, ataupun *Facebook*. Setelah selama satu tahun berjalan membuat produk mie ramen Yamurashi semakin banyak dikenal konsumen, sehingga pada tahun 2020 pemilik memutuskan untuk mendirikan kedai Yamurashi.

Usaha ini terletak di Jalan. Belitung Raya No.11, Krajan Timur, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember. Tempat yang didesain indoor dengan nuansa kedai Jepang dan alunan musik audio terkini, sehingga membuat kedai ini nyaman digunakan untuk berkumpul dan makan bersama teman maupun keluarga. Harga yang dipasarkan terjangkau yaitu Rp 11.000- Rp. 12.000. Kedai Yamurashi buka setiap hari kecuali hari jumat mulai pukul 18.00 hingga 23.00 WIB.

Meskipun mie ramen bukan berasal dari Indonesia, tetapi mie ramen mampu mencuri perhatian pecinta kuliner di Indonesia, khususnya di Kabupaten Jember. Dikarenakan ramen dibuat dari bahan dasar mie sehingga familiar di lidah masyarakat. Selain itu alasan masyarakat Indonesia menyukai ramen adalah karena adanya aneka tambahan topping yang beragam yaitu katsu, telur, dan ebi tempura.

Saat ini terdapat 10 kedai atau restoran ramen yang ada di Kabupaten Jember, seperti Maramu Ramen, Ramencha, Yoshinoya Japanese Restourant, dan lain sebagainya. Banyaknya restoran atau kedai yang menjual olahan mie ramen

menandakan persaingan dalam bisnis semakin ketat, sehingga menyebabkan tingkat penjualan ramen pada kedai Yamurashi sempat mengalami penurunan sebesar 42,8% yang terjadi pada bulan Januari – Maret 2022. Pada awalnya kedai Yamurashi mampu menjual 700 porsi ramen selama satu bulan tetapi pada 3 bulan terakhir kedai Yamurashi hanya mampu menjual 400 porsi ramen setiap bulannya. Penurunan volume penjualan tersebut dikarenakan daya beli konsumen yang menurun. Perbedaan ragam produk, kualitas, dan pelayanan merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk beralih ke produk lain yang sejenis.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kedai Yamurashi perlu mempunyai strategi yang tepat dan optimal untuk mempertahankan loyalitas konsumen terhadap produk yang diwarkannya guna untuk meningkatkan volume penjualan produk mie ramen pada kedai Yamurashi. Metode yang dapat digunakan dalam penentuan strategi yang tepat adalah analisis SWOT. Dengan menganalisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan maka dapat diketahui *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats* yang akan digunakan sebagai dasar perumusan strategi alternatif pemasaran yang sesuai, serta menggunakan analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menentukan strategi prioritas pemasaran yang paling tepat dalam usaha produk mie ramen kedai Yamurashi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan antara lain :

1. Apa saja faktor yang menjadi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) pada pemasaran produk mie ramen pada kedai Yamurashi di Kabupaten Jember ?
2. Bagaimana strategi alternatif pemasaran produk mie ramen pada kedai Yamurashi di Kabupaten Jember?
3. Bagaimana strategi prioritas pemasaran produk mie ramen pada kedai Yamurashi di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Menganalisis faktor- faktor yang menjadi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) pada pemasaran produk mie ramen pada kedai Yamurashi di Kabupaten Jember.
2. Merumuskan strategi alternatif pemasaran produk mie ramen pada kedai Yamurashi di Kabupaten Jember
3. Menentukan strategi prioritas pemasaran yang tepat untuk produk mie ramen pada kedai Yamurashi di Kabupaten Jember

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan diatas, maka diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti
Penelitian ini dilakukan sebagai syarat untuk, menyelesaikan pendidikan yang ditempuh dan menjadi wadah menambah ilmu dalam penerapan strategi pemasaran serta melatih peneliti untuk memperdalam teori- teori yang diberikan sehingga bisa bermanfaat didunia kerja.
2. Bagi Perusahaan
Dengan hasil penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi yang dapat memaksimalkan strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh kedai Yamurashi.
3. Bagi akademisi
Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya yang mengambil tema sama dan untuk menambah wawasan serta pengetahuan terkait analisis strategi pemasaran.