

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia industri kuliner telah mengalami perkembangan yang luar biasa selama beberapa tahun terakhir, semua orang yang tertarik di industri kuliner mulai berlomba-lomba dalam berinovasi untuk menghasilkan kuliner yang enak dan menarik. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah rumah makan atau restoran di kabupaten Lumajang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, dimana pada tahun 2016 hanya terdapat sejumlah 21 rumah makan atau restoran, lalu pada tahun 2017 mengalami kenaikan yang cukup tinggi hingga berjumlah 104 dan pada tahun 2018 juga mengalami kenaikan meskipun kecil angkanya, yakni menjadi 111 rumah makan atau restoran.

Industri kuliner menjadi salah satu incaran karena berpotensi menghasilkan profit yang tinggi dengan memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk mengekspresikan kreatifitasnya dalam bidang makanan. Peluang pertumbuhan industri kuliner bisa dilihat dengan terlihat jelas dengan setiap waktu selalu ada warung, restoran, maupun kafe yang terus bermunculan di berbagai daerah dan ada juga dari mereka yang bertahan dengan menciptakan inovasi dan variasi baru agar industri kuliner yang mereka jalankan bisa bertahan ditengah maraknya kemunculan industri kuliner baru.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis pada Juni 2022, terdapat sebanyak 11.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Sebanyak 8.042 usaha (71,65 persen) di antaranya berupa restoran atau rumah makan, 269 usaha (2,40 persen) berupa katering, dan sisanya 2.912 usaha (25,95 persen) masuk dalam kategori lainnya. Salah satu usaha kuliner yang masih bertahan dan masih banyak dicari oleh kebanyakan orang adalah ayam geprek. Ayam geprek merupakan olahan makanan yang berbahan dasar ayam yang mengalami proses pemasakan mulai dari peracikan bumbu, penggorengan, pembuatan sambal, hingga penggeprekan ayam menjadi ayam geprek. Makanan ini masih cukup populer keberadaanya hingga sekarang, meskipun saat ini mulai

banyak ditemui olahan ayam lainnya yang menarik dan menggiurkan. Salah satu usaha kuliner ayam geprek di kabupaten Lumajang yaitu ayam geprek Resto Warunk Klat yang berlokasi di desa Kedung Pakis, Pasirian yang sudah berjalan sejak tahun 2017. Pemilihan Resto Warunk Klat menjadi tempat penelitian dilakukan berdasarkan data dari Kelumajang bahwa Resto Warunk Klat menjadi rekomendasi utama atau pilihan pertama yang direkomendasikan kepada masyarakat sebagai resto yang menyediakan menu dengan harga terjangkau dan menonjolkan nuansa yang menarik serta *aesthetic*. Resto Warunk Klat juga masuk ke dalam 5 besar tempat makan yang direkomendasikan oleh google jika melakukan pencarian dengan menggunakan *keyword* tempat makan di Pasirian.

Resto Warunk Klat memiliki tiga cabang yang diantaranya berada di Pasirian, Lumajang, dan Probolinggo. Tersebarinya beberapa cabang tersebut membantu atau memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat disekitar Resto Warunk Klat, sehingga Resto Warunk Klat memiliki pengaruh dalam perkembangan ekonomi disana. Saat ini konsep tempat Resto Warunk Klat mengarah pada konsep milenial dengan mengusung nuansa *aesthetic* agar konsumen bisa menikmati hidangan dengan nyaman. Resto Warunk Klat tergolong ke dalam jenis usaha resto karena menunya yang beragam, beberapa olahan makanan yang disajikan di Resto Warunk Klat yaitu ayam geprek, ayam *crispy*, ayam katsu, ayam magma, dan masih banyak lagi yang lainnya namun hingga saat ini yang menjadi *favorit* atau kesukaan konsumen yaitu menu ayam gepreknya.

Menu ayam Geprek Resto Warunk Klat memiliki cita rasa yang menarik dengan berbagai varian, mulai dari ayam geprek original hingga paket kombo. Harga ayam geprek Resto Warunk Klat tergolong terjangkau dengan menjaga kualitas dan cita rasa yang unggul. Harga ayam geprek Resto Warunk Klat sangat beragam tergantung variannya. Untuk varian original dibandrol dengan harga Rp 14.000,00 dan versi jumbonya seharga Rp 18.000,00. Pada varian ayam geprek sambal ijo dibandrol dengan harga Rp 14.000,00, lalu pada varian nasi goreng ayam geprek dibandrol seharga Rp 18.000,00 dan indomie ayam geprek seharga Rp 16.000,00 serta yang terakhir varian ayam geprek dengan topping keju mozzarella dibandrol dengan harga Rp 20.000,00. Varian rasa yang beragam dengan beberapa

varian sambal, perpaduan topping yang unik, serta adanya paket kombo antara menu mie dengan nasi goreng membuat menu Ayam Geprek Resto Warunk Klat menjadi beda dan lebih menarik. Pada satu tahun terakhir, Resto Warunk Klat mencapai pada omset Rp 203.956.000,- yang mana penjualan tertinggi yaitu pada saat bulan Ramadhan karena Resto Warunk Klat menyediakan tempat untuk buka bersama dan menu yang paling banyak diminati yaitu ayam geprek original.

Resto Warunk Klat memiliki visi menjadi resto atau warung makan yang unggul, berkualitas, nyaman, dan kekinian serta mengutamakan kepuasan konsumen dengan pelayanan yang berkualitas sehingga visi tersebut bisa menjadi sebuah acuan untuk dicapai sehingga Resto Warunk Klat bisa tumbuh dan unggul didalam persaingan yang semakin tinggi. Penanganan usaha yang baik tentu harus dilakukan demi menjaga keberlangsungan usaha Resto Warunk Klat, misalnya dengan menjaga reputasi usaha. Reputasi merupakan aset penting dan berharga bagi suatu usaha sebab dengan terjaganya reputasi maka Resto Warunk Klat bisa memperoleh kepercayaan yang tinggi dari konsumen sehingga bisa membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Resto Warunk Klat juga menyediakan layanan pesan antar sehingga membantu dalam memudahkan konsumen untuk menikmati makanan Resto Warunk Klat dan layanan ini masih belum banyak diterapkan pada kompetitor Resto Warunk Klat. Dalam pemasarannya, Resto Warunk Klat memanfaatkan teknologi yang ada yaitu dengan menggunakan media sosial sebagai media pemasaran utama. Biasanya ada beberapa *content creator* atau *reviewer* makanan yang datang untuk mempromosikan Resto Warunk Klat.

Suatu perusahaan tidak selalu berkembang dengan baik sebagaimana yang diharapkan. Dalam praktiknya, banyak perusahaan yang mengalami kegagalan dan kegagalan ini tidak terbatas pada satu industri atau perusahaan tertentu, tetapi dapat dialami oleh semua industri atau perusahaan (Jannah, 2018). Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik (*owner*), Resto Warunk Klat juga menghadapi permasalahan yang mempengaruhi jalannya usaha mereka, seperti halnya kegiatan promosi yang dilakukan masih belum optimal, naik turunnya penjualan, serta keberadaan pesaing yang semakin banyak sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar Resto Warunk Klat bisa berkembang dan tetap unggul dalam

persaingan dengan kompetitor. Strategi tersebut dilakukan dengan mengoptimalkan kekuatan dan keberadaan peluang serta meminimalisir adanya kelemahan ataupun ancaman bagi Resto Warunk Klat.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti ingin mengetahui prioritas strategi pemasaran yang tepat dengan menganalisis faktor internal dan eksternal Warunk Klat, sehingga peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Ayam Geprek Resto Warunk Klat Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang”.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apa faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pemasaran Resto Warunk Klat Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang sesuai untuk Resto Warunk Klat Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang?
3. Bagaimana prioritas strategi pemasaran Resto Warunk Klat Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan strategi pemasaran diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis dan menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pemasaran Resto Warunk Klat Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang
2. Merumuskan strategi pemasaran Resto Warunk Klat Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang

3. Menentukan prioritas strategi pemasaran Resto Warunk Klat Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta wawasan mengenai bagaimana mengidentifikasi, menganalisis, serta menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk permasalahan yang dihadapi oleh Resto Warunk Klat Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang

2. Bagi Perusahaan

Sebagai sumber informasi juga sumbangan pemikiran kepada Resto Warunk Klat Kecamatan Pasirian Kabupaten Lumajang mengenai strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh perusahaan dalam proses pemasaran ayam geprek agar tetap unggul dan bisa bersaing secara kompetitif dengan para kompetitor

3. Bagi Pembaca

Sebagai bahan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terkait strategi pemasaran suatu perusahaan.