

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan yang terjadi di dunia bisnis semakin maju begitu pesat, hal tersebut dapat dilihat dari beberapa aspek masyarakat yang mulai paham terhadap perkembangan aspek ekonominya. Pelaku bisnis baru yang semakin banyak membuat persaingan bisnis di semua bidang usaha semakin kompetitif. Perusahaan bersaing untuk menciptakan inovasi baru agar dapat bersaing dipasaran. Masyarakat Indonesia saat ini cukup banyak untuk membuka bisnis baru, salah satu bisnis yang cukup banyak dipilih yaitu bisnis kuliner karena bisnis ini dapat dimulai dari skala kecil dan modal yang terjangkau. Selain itu, industri makanan dan minuman merupakan usaha yang menjanjikan karena merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi. Pertambahan jumlah penduduk dan perkembangan di era globalisasi saat ini dapat dilihat dari pesatnya perdagangan, industri pengolahan pangan, jasa, dan informasi menyebabkan terjadinya perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat. Perkembangan tersebut dapat mempengaruhi kebiasaan masyarakat untuk mengkonsumsi makanan yang lebih baik dan praktis.

Ayam Gephok Pak Giek merupakan usaha kuliner yang menjual dan menerima pesanan makanan dari olahan ayam. Ayam Gephok Pak Giek berlokasi di Jl. Mastrip Blok I No. 19A, Krajan Timur, Sumpalsari, Kec. Sumpalsari, Kab. Jember. Usaha ini pertama didirikan pada tahun 2008, Ayam Gephok Pak Giek terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun dan mulai menjadi menu favorit bagi masyarakat mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga para pekerja kantoran. Ayam Gephok Pak Giek ini di kelola dan dimasak menggunakan alat-alat tradisional dan alat modern yang lainnya. Seiring berkembangnya waktu, kini banyak usaha kuliner yang menyediakan menu serupa, sehingga dibutuhkan strategi untuk dapat bertahan dalam persaingan tersebut. Ayam gepok kini banyak

digemari oleh pengusaha-pengusaha baru yang ingin membuka usaha dengan menu serupa karena ketersediaan bahan baku yang mudah didapat, kini setiap usaha menyajikan menu ayam gepuk yang sama akan tetapi rasa dan tampilan tentu memiliki sedikit perbedaan, rasa bisa dibandingkan antara ayam gepuk satu dengan yang lainnya. Perusahaan-perusahaan baru yang berdiri saat ini mengakibatkan semakin banyak juga pesaing yang muncul, maka dari itu suatu perusahaan harus dapat memahami dan menerapkan strategi pemasaran dengan baik. Strategi pemasaran merupakan bagian dari strategi perusahaan yang sangat penting, strategi ini perlu direncanakan dengan baik agar perusahaan dapat menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif. Menurut Tjiptono (2011:283), strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan tentang ekspetasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.

Pesaing-pesaing baru yang dimiliki oleh usaha Ayam Gephok Pak Giek ini dapat berpengaruh terhadap pendapatan dan jumlah produksi yang dihasilkan oleh Ayam Gephok Pak Giek. Pesaing yang cukup berpengaruh dalam usaha ini yaitu usaha kuliner Sri Rejeki yang berlokasi di Jl. Semeru No. 85, Tegal Boto Kidul, Sumbersari, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember. Sri Rejeki merupakan usaha kuliner baru yang menyediakan aneka olahan bebek gepuk dan ayam gepuk potong/kampung, mulai dari ayam gepuk bakar/goreng dan bebek gepuk bakar/goreng, selain menyediakan variasi menu pesaing juga memiliki dekorasi dan tata letak ruangan yang lebih bagus dan modern meskipun memiliki harga sedikit lebih mahal dari usaha Ayam Gephok Pak Giek. Sedangkan usaha kuliner pada Ayam Gephok Pak Giek sendiri hanya menyediakan olahan ayam gepuk potong dan ayam gepuk kampung, meskipun memiliki harga yang lebih terjangkau Ayam Gephok Pak Giek tetap konsisten mengenai rasa dan kualitas produk. Selain itu, harga menu ayam gepuk pesaing sedikit lebih mahal yaitu Rp. 30.000 – Rp. 35.000, namun dengan harga tersebut pesaing juga menonjolkan keindahan ruangan dan *plating* makanan yang modern. Sedangkan pada usaha Ayam Gephok Pak Giek memberikan harga yang terjangkau yaitu Rp. 24.000 – Rp. 28.000.

Usaha Ayam Gephok Pak Giek sampai saat ini belum pernah melakukan klasifikasi permasalahan apa yang terjadi di lapang yang menyebabkan tingkat penjualan masih *fluktuatif*. Berdasarkan permasalahan tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi aspek manajemen pada Ayam Gephok Pak Giek, baik dari lingkungan internal maupun eksternal dengan menggunakan metode analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) untuk merumuskan strategi pada Ayam Gephok Pak Giek serta analisis menggunakan matriks *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menentukan Prioritas strategi yang tepat bagi perusahaan.

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 (2006:18-19), sehingga dapat dilaksanakan alternatif strategi pemasaran yang sesuai, serta menggunakan analisis *Quantitive Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menetapkan prioritas strategi yang tepat dalam pemasaran pada Ayam Gephok Pak Giek.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, antara lain:

1. Apakah yang menjadi faktor internal dan eksternal pada strategi pemasaran Ayam Gephok Pak Giek?
2. Apakah alternatif strategi pemasaran Ayam Gephok Pak Giek?
3. Strategi apakah yang menjadi prioritas dari beberapa strategi pemasaran alternatif Ayam Gephok Pak Giek?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis faktor internal dan eksternal pada strategi pemasaran Ayam Gephok Pak Giek.
2. Merumuskan alternatif strategi pemasaran pada Ayam Gephok Pak Giek.
3. Menentukan prioritas strategi untuk pemasaran Ayam Gephok Pak Giek.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini, antara lain:

1. Bagi UMKM, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi dan bantuan pemikiran terhadap usaha kuliner Ayam Gephok Pak Giek dalam proses pemasaran sehingga mampu bersaing secara kompetitif di pasaran.
2. Bagi Peneliti, hasil dari penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bagaimana mengidentifikasi dan menganalisis masalah, serta menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi permasalahan tersebut.
3. Bagi Peneliti selanjutnya, hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama sehingga dapat memberikan perbandingan peneliti selanjutnya.