

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi yang semakin pesat membuat persaingan bisnis menjadi semakin ketat, salah satunya bisnis dalam bidang kuliner makanan. Perusahaan harus mampu mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan agar mampu bersaing secara sehat di dunia bisnis.

Bisnis kuliner juga mengundang reaksi dari beragam permintaan masyarakat sehingga menciptakan peluang bisnis prospektif. Fenomena semacam ini menimbulkan persaingan antar bisnis kuliner menjadi semakin ketat yang berupa persaingan dalam hal menarik konsumen dan mempertahankan konsumen. Kemajuan suatu usaha di bidang kuliner menyebabkan banyaknya pelaku usaha yang berbondong-bondong mendirikan dan beralih ke bidang kuliner. Saat ini bisnis kuliner sudah menjadi kebutuhan masyarakat pada umumnya, maka tak heran banyak usaha kuliner yang dapat kita temukan dimana saja.

Jember merupakan salah satu tempat yang menjadi pilihan bagi para pengusaha dalam berwirausaha di bidang kuliner. Terlihat di sepanjang jalan terdapat beraneka macam kuliner yang menyajikan berbagai makanan, salah satunya yaitu bakso. Pada umumnya, bakso merupakan makanan tradisional khas Indonesia yang berbentuk bulat, kenyal dan berbahan baku daging sapi. Menurut sehatq.com (2020), kandungan daging sapi giling per 100 gram dengan lemak 10% yaitu 217 kalori, 61% air, 26,1 gram protein, lemak 11,8 gram serta 0 gram karbohidrat, gula dan serat.

Saat ini pelaku usaha bakso kian menjamur di berbagai daerah di Indonesia, karena peluang usaha bakso yang sangat menguntungkan. Tidak sedikit pula para pengusaha bakso yang sudah mendapatkan kesuksesan dari usaha bakso yang dijalankannya. Salah satu usaha yang saat ini mendapatkan kesuksesan adalah Bakso Kota Cak Man. Bisnis yang dirintis oleh Cak Man ini memiliki visi yang sangat kuat yaitu menjadikan Bakso Kota Cak Man sebagai usaha bakso yang

praktis, higienis, sehat, bergizi dan terdepan di Indonesia. Bahkan saat ini, Bakso Kota Cak Man tidak hanya bersaing dengan usaha dengan produk sejenis melainkan dengan perusahaan asing yang mengusung konsep yang sama yaitu makanan cepat saji seperti C'Bezt, McDonald, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, Cak Man selalu berusaha mengembangkan inovasi baru dengan meningkatkan kualitas mutu produk dan layanan, serta menerapkan manajemen modern.

Bakso Kota Cak Man sudah tersebar di berbagai daerah di Indonesia, salah satunya di Jember yang berlokasi di Jalan Letjen Soeprapto No. 102, Kecamatan Sumbersari. Bakso Kota Cak Man Jember didirikan pada bulan November 2018 dengan manajernya bernama Bapak Muhammad Sholihin. Bakso Kota Cak Man Jember bergerak dibawah naungan Perusahaan JAF Group. Bakso Kota Cak Man Jember memiliki banyak varian bakso mulai dari bakso halus, bakso kasar sampai bakso jumbo. Tidak hanya bakso, ada juga berbagai macam varian tahu, siomay, dan gorengan. Selain itu, usaha ini juga menerapkan sistem pelayanan secara prasmanan agar konsumen nantinya dapat memilih produk yang sudah disediakan.

Bakso Kota Cak Man Jember dalam menarik dan mempertahankan konsumen tetap memperhatikan aspek penting yaitu kualitas produk yang diberikan kepada konsumen. Bakso Kota Cak Man Jember belum banyak diketahui oleh masyarakat secara luas terutama kalangan mahasiswa dan tidak banyak orang yang meneliti usaha bakso. Hal ini dikarenakan promosi yang dilakukan masih kurang gencar dan kurangnya strategi dalam memasarkannya. Dengan adanya permasalahan tersebut, maka manajer harus menentukan cara efektif yang dapat dijadikan strategi untuk memasarkan produknya agar dapat meningkatkan profit atau laba terhadap penjualan produknya.

Selain itu, strategi pemasaran yang dilakukan merupakan salah satu upaya untuk menarik konsumen dalam memilih suatu produk. Hal ini dikarenakan banyaknya produk baru dipasaran yang saling bersaing untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dapat bertahan menghadapi persaingan dengan memanfaatkan kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman.

Selain itu, diharapkan dapat membantu perusahaan menentukan strategi yang paling tepat untuk diprioritaskan dalam pemasaran produk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran pada usaha Bakso Kota Cak Man di Kabupaten Jember?
- b. Apakah alternatif strategi yang sesuai untuk pemasaran Bakso Kota Cak Man?
- c. Strategi prioritas apa yang tepat dalam pemasaran Bakso Kota Cak Man?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini, adalah :

- a. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran pada usaha Bakso Kota Cak Man Jember.
- b. Untuk menentukan dan menganalisis alternatif strategi yang sesuai untuk pemasaran Bakso Kota Cak Man Jember.
- c. Untuk menganalisis strategi pilihan yang diprioritaskan dalam memasarkan usaha Bakso Kota Cak Man Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

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

- a. Bagi Perusahaan, diharapkan dapat memberi kontribusi yang bermanfaat mengenai strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan pemasaran bakso dan mengembangkan usaha tersebut.
- b. Bagi Akademisi, diharapkan dapat memperluas pengetahuan tentang strategi pemasaran serta dapat mengetahui kenyataan di lapangan dan

membandingkan teori serta menambah pengetahuan dan pengalaman dalam menyusun alternatif strategi pemasaran dalam menetapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan perbandingan untuk peneliti selanjutnya agar dapat menyusun skripsi dengan baik dan benar.