

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Bisnis adalah suatu kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Hughes dan Kapoor). Sedangkan menurut Brown dan Pretello, pengertian bisnis adalah lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat serta semua hal yang mencakup berbagai usaha yang dilakukan pemerintah maupun swasta tidak peduli mengejar laba ataupun tidak.

Perkembangan bisnis di era modern ini terutama di Indonesia sangatlah meningkat dari waktu ke waktu. Berbagai lapisan masyarakat berlomba lomba menciptakan sebuah usaha atau bisnis kecil menengah yang digemari oleh masyarakat hingga tercipta sebuah perusahaan besar. Bisnis menjadi suatu hal yang sangat di minati hampir semua orang di karenakan keuntungan yang di dapatkan saat menjadi seorang pebisnis. Salah satu keuntungan seorang yang memiliki bisnis antara lain adalah menjadi atasan dari bisnis yang di milikinya, dan mampu memberikan lapangan kerja terhadap orang lain sehingga mampu membantu pemerintah untuk menekan tingkat pengangguran. Berdasarkan hal tersebut menjadikan meningkatnya jumlah bisnis yang ada, bahkan menurut Badan Pusat Statistik memprediksi bahwa jumlah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia pada 2018 mencapai sebanyak 58,97 juta orang.

Berdasarkan data yang di dapat dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa bisnis utama yang paling di minati adalah bisnis dalam bidang makanan dan minuman. Hal tersebut menunjukkan bahwa bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang dewasa ini berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha kuliner ini. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan kualitas pelayanan yang kurang optimal. Selain untuk bertahan di persaingan bisnis, strategi bisnis juga berperan untuk meningkatkan kualitas dari bisnis sehingga mampu bersaing dalam mendapatkan pasar

Artinya keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen. Hubungan baik akan tercipta bila sebuah bisnis kuliner mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen. Salah satu cara yang dilakukan oleh sebuah bisnis kuliner untuk memberikan kepuasan bagi pelanggannya adalah dengan produk yang higienes dan berkualitas serta kualitas pelayanan yang baik. Begitu pula dengan Warung Makan Sambal Layah di Purbalingga, meskipun merek (*brand*) ini telah terkenal dan mampu membuka cabang-cabang baru di berbagai kota, namun semakin ketatnya persaingan bisnis kuliner berdampak pada semakin meningkatnya tuntutan konsumen dalam hal pelayanan. Hal tersebut menuntut Sambal Layah melakukan pembaruan dalam strategi mereka agar tetap mampu unggul di bandingkan pesaing. Hal ini perlu diantisipasi dengan strategi yang tepat.

Salah satu strategi yang harus dimiliki suatu perusahaan agar mampu bertahan di persaingan yang ada adalah strategi pemasaran, di karenakan bisnis yang mampu memenangkan pasar maka akan mampu bertahan dalam persaingan. Sambal Layah memiliki Strategi Pemasaran yang di dasarkan kepada seluruh proses yang ada di dalam Perusahaan seperti *Product, Price, Place, Promotion*. Dalam variabel *Product* di jelaskan bahwa produk utama dari Sambal Layah merupakan makanan dan minuman yang dapat di nikmati segala kalangan dengan ciri khas aneka sambal yang di sajikan menggunakan Layah. Kemudian dalam menentukan harga dari produk yang akan di jual, Sambal Layah Cabang Purbalingga di sesuaikan dengan harga bahan baku yang ada dan di atur langsung oleh *Head Officer* yang berada di Purwokerto.

Variabel yang kedua yaitu Penentuan harga produk atau *Price* juga sangat menentukan dalam kesuksesan proses penjualan. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa. Dalam bauran pemasaran, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Dalam hal harga, Sambal Layah berusaha menawarkan harga produk yang dapat di kategorikan murah untuk semua kalangan terutama menu paket dari Sambal Layah.

Dalam strategi pemasaran, adanya pemilihan lokasi usaha atau *Place* yang strategis juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat

penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Dalam Hal ini, Sambal Layah Purbalingga dalam pemilihan tepat restoran juga di dasarkan dari perintah Head Officer yang berada di pusat. Selain usaha Sambal Layah berada pada tempat yang strategis, Sambal Layah juga menyediakan tempat makan yang cukup luas dimana mampu menampung 100 orang secara bersamaan.

Yang terakhir yaitu *Promotion* yang merupakan bagian penting dari strategi pemasaran yang sangat dibutuhkan sebuah usaha, baik usaha kecil maupun usaha yang sudah berkembang besar. Dalam hal promosi, Sambal Layah sudah melakukan berbagai usaha untuk mengenalkan produk mereka. Salah satu cara yang mereka lakukan adalah melakukan penyebaran brosur dan pembuatan baleho yang di lakukan pada acara pembukaan pertama untuk memberitahukan masyarakat sekitar bahwa terdapat Sambal Layah di sekitar mereka. Setelah melakukan promosi pada acara pembukaan, Sambal Layah juga melakukan promosi berkelanjutan yaitu dengan memanfaatkan mobil DO, sehingga secara tidak langsung masyarakat mengetahui adanya Sambal Layah dan juga dapat melakukan *Delivery Order*. Selain promosi yang di lakukan Sambal Layah, juga akan tercipta promosi tidak langsung yang terjadi dengan cara seorang konsumen akan menyarankan kepada kerabat maupun keluarga. Namun hal itu tidak dapat terjadi apabila Sambal layah belum mampu memberikan kepuasan penuh terhadap konsumen sehingga menciptakan rasa loyalitas konsumen terhadap Sambal Layah.

Berdasarkan strategi strategi yang telah di ketahui, penulis ingin melakukan analisis terhadap strategi tersebut agar dapat memilih dan menetapkan strategi sehingga suatu bisnis mampu bersaing dengan efektif dan efisien. Salah satu metode analisis yang banyak di gunakan di dalam menentukan strategi pemasaran adalah Analisis SWOT. SWOT sendiri adalah suatu cara menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal menjadi langkah-langkah strategi dalam pengoptimalan usaha yang lebih menguntungkan. Dalam analisis faktor-faktor internal dan eksternal akan ditentukan aspek-aspek yang menjadi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), kesempatan (*Opportunities*), dan yang menjadi ancaman (*Treathment*) sebuah organisasi. Dengan begitu akan dapat ditentukan berbagai kemungkinan alternatif strategi yang dapat dijalankan (*Freddy Rangkuti, 2005:19*).

Sedangkan analisis kedua yang akan di gunakan adalah Analisis Matriks GE (*General Electric*). Analisis GE (*General Electric*) digunakan untuk dapat melihat posisi perusahaan terhadap dua variabel yaitu daya tarik industri (*industry attractiveness*) dan kekuatan bisnis (*business strength*). Pada analisis tersebut terdapat sembilan sel dimana sumbu vertikal merupakan sumbu daya tarik pasar, sedangkan horizontal merupakan sumbu kekuatan bisnis. Dengan melihat posisi sebuah unit usaha di dalam Matriks GE, di harapkan sebuah usaha akan mampu mengambil keputusan terutama dalam hal investasi sehingga investasi yang mereka lakukan tepat sasaran.

Jika di simpulkan, untuk mampu bertahan di persaingan bisnis yang semakin banyak dan kompleks, suatu perusahaan harus memiliki strategi tersendiri untuk mampu bertahan dan memenangkan pasar. Strategi pemasaran yang baik dapat di lakukan setelah melihat posisi perusahaan dalam analisis SWOT yang berguna untuk mengoptimalkan strategi yang akan di gunakan. Dengan analisis SWOT, perusahaan akan mampu mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang ada di bisnis mereka di bandingkan dengan pesaing. Sedangkan Analisis GE (*General Electric*) digunakan untuk dapat melihat posisi perusahaan terhadap dua variabel yaitu daya tarik industri (*industry attractiveness*) dan kekuatan bisnis (*business strength*). Pada analisis tersebut terdapat sembilan sel dimana sumbu vertikal merupakan sumbu daya tarik pasar, sedangkan horizontal merupakan sumbu kekuatan bisnis. Dengan melihat posisi perusahaan pada analisis Matriks GE juga dapat di ketahui apakah unit usaha tersebut layak untuk di lakukan investasi ataupun tidak. Hal tersebut dapat membuat sebuah perusahaan melakukan investasi dengan tepat sasaran.

Setelah melihat posisi perusahaan baik dalam analisis SWOT ataupun pada analisis Matriks GE, penulis berharap mampu memberikan masukan ataupun saran yang terbaik untuk Sambal Layah sehingga mereka mampu memenangkan persaingan bisnis yang semakin meningkat.

## 1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan penjelasan di atas, maka rumusan masalah yang di dapat adalah :

1. Bagaimana posisi Sambal Layah setelah di dalam diagram analisis SWOT ?
2. Bagaimana posisi perusahaan terhadap dua variabel yaitu daya tarik industri (*industry attractiveness*) dan kekuatan bisnis (*business strength*).?
3. Bagaimana saran Strategi Pemasaran berdasarkan posisi perusahaan di analisis SWOT ?
4. Bagaimana investasi yang harus di lakukan berdasarkan posisi perusahaan di dalam analisis Matriks GE ?

## 1.3 Batasan Masalah

Pada penelitian kali ini ada beberapa hal yang dapat dijadikan batasan dalam melakukan penelitian yaitu:

1. Penelitian dilakukan di Sambal Layah Purbalingga hanya untuk mengetahui posisi perusahaan berdasarkan SWOT dan Matriks GE.
2. Metode yang digunakan adalah SWOT dan Matriks GE.
3. Memberikan Saran strategi berdasarkan posisi di analisis SWOT dan Matriks GE.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan tersebut, maka tujuan dilaksanakannya penelitian ini, antara lain:

1. Mengetahui posisi Sambal Layah dalam diagram analisis SWOT.
2. Untuk dapat melihat posisi perusahaan terhadap dua variabel yaitu daya tarik industri (*industry attractiveness*) dan kekuatan bisnis (*business strength*).
3. Memberikan saran strategi pemasaran berdasarkan posisi perusahaan di analisis SWOT.
4. Memberikan saran investasi yang harus di lakukan berdasarkan posisi perusahaan di Matriks GE.

### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Rumah makan Sambal Layah rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaku usaha dan digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi sehingga mampu memenangkan persaingan pasar.
2. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengaplikasian pengetahuan yang telah diperoleh selama masa kuliah serta melatih kemampuan tentang perumusan strategi bisnis, sehingga dapat diterapkan dalam usaha bisnis yang nyata.
3. Bagi pembaca, tulisan ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan tambahan informasi dan pengetahuan dalam memperluas wawasan, sekaligus sebagai bahan informasi dan literatur untuk penelitian selanjutnya.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini terstruktur, maka sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I	<p><b>PENDAHULUAN</b></p> <p>Berisi penjelasan secara umum tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.</p>
BAB II	<p><b>KAJIAN LITELATUR</b></p> <p>Kajian pustaka berisi tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian dan memuat uraian tentang hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.</p>
BAB III	<p><b>METODOLOGI PENELITIAN</b></p> <p>Berisi uraian tentang kerangka dan bagan alur penelitian, teknik yang dilakukan, bahan atau materi, alat, tata cara penelitian dan data yang akan dikaji serta cara analisis yang akan digunakan.</p>
BAB IV	<p><b>PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b></p> <p>Bab ini berisi tentang data yang diperoleh selama penelitian dan bagaimana menganalisa data tersebut. Hasil pengolahan data ditampilkan baik dalam bentuk tabel maupun grafik. Bab ini</p>

merupakan acuan untuk pembahasan hasil pada bab V yaitu analisa dan pembahasan.

## BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan hasil yang diperoleh dalam penelitian dan kesesuaian hasil dengan tujuan penelitian sehingga dapat menghasilkan sebuah saran.

## BAB VI PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan analisis yang dibuat, saran-saran atas hasil yang dicapai dan rekomendasi untuk dikaji pada penelitian berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Bagian yang berisi draft referensi yang penulis gunakan sebagai acuan dalam penelitian.

## LAMPIRAN

Bagian yang berisi data-data lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

