

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era yang serba modern ini dimana segala sesuatu serba praktis dan efisien, perubahan pola hidup masyarakat akan berdampak pada pola konsumsi, khususnya masyarakat perkotaan yang sibuk dengan segala rutinitas di luar rumah. Keadaan inilah yang menyebabkan masyarakat lebih memilih untuk membeli makanan di luar rumah dengan berbagai macam alternatif menu pilihan sebagai solusinya, lalu berpengaruh pada tingginya permintaan masyarakat akan jasa penyedia makanan terutama dalam bentuk makanan siap saji, sehingga peluang bisnis sangat menjanjikan untuk pelaku usaha di bidang penyajian makanan dan minuman (*food service*) khususnya kafe, rumah makan dan restoran. Para pelaku bisnis *food service* modern maupun tradisional, ditantang untuk menciptakan diferensiasi yang unik sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. *Food service* modern khususnya restoran, yang menyediakan menu hidangan beraneka ragam rasa, jenis varian menu yang menjadi sebuah konsep modern dan bisa ditambah lagi dengan berbagai fasilitas tambahan seperti hiburan *live music*, *wifi*, serta sejenisnya merupakan daya tarik khusus bagi para konsumen.

Semakin tingginya tingkat persaingan bisnis *food service* modern, menyebabkan tersisihnya usaha bisnis *food service* tradisional. *Food servicetradisional* khususnya rumah makan atau restoran yang menyajikan hidangan tradisional khas Indonesia harus memiliki strategi keunggulan

kompetitif dibandingkan restoran yang menyajikan hidangan asing, agar dapat terus bersaing dan bertahan. Hal tersebut merupakan tantangan besar bagi pelaku bisnis *food service* tradisional yang ada di Indonesia khususnya Di Bandengan Kabupaten Jepara. Rumah makan sea food atau restoran merupakan salah satu usaha bisnis *food service* tradisional yang menghadirkan berbagai ragam kuliner khas diarea wisata. Rumah Makan IBU GIPAH merupakan Rumah Makan Sea Food yang berada di Bandengan Kabupaten Jepara, rumah makan ini menyediakan hidangan tradisional bervariasi masakan Sea Food yang pastinya masih segar. Ciri khas dari Rumah Makan ini adalah tempat yang ada bibir pantai, sea food yang dipilih dan ditimbang langsung oleh konsumen, rasa dan pelayanan yang ramah. Rumah Makan IBU GIPAH memiliki perkembangan yang pesat dengan terbukti berdiri pada tahun 80-an sampai sekarang dan bahkan semakin berkembang baik itu tempat maupun varian tambahan menu, dengan keunggulannya yang membawa Rumah Makan IBU GIPAH sampai pada perkembangan saat ini.

Disamping itu juga peranan pemasaran sebuah perusahaan sangatlah penting, hal ini dikarenakan pemasaran merupakan alat untuk menyalurkan atau mendistribusikan produk yang dihasilkan oleh perusahaan kepada konsumen. Peranan pemasaran dalam hal ini akan sangat menentukan sekali maju atau mundurnya perusahaan serta akan berpengaruh besar terhadap keuntungan yang akan diraih oleh perusahaan tersebut.

Sistem pemasaran yang baik adalah suatu strategi pemasaran yang didalam pelaksanaannya dapat menunjang keberhasilan suatu perusahaan atau tempat

usaha lainnya. Pemasaran merupakan salah satu bidang yang harus diperhatikan oleh perusahaan perdagangan disamping bidang-bidang lainnya dalam usaha mempertahankan tingkat keuntungan agar tetap stabil dan dapat bertambah sekaligus.

Perusahaan harus dapat mengembangkan usaha-usaha pemasaran yang lebih baik dengan menerapkan strategi yang jitu, agar pemasaran terus meningkat dan perusahaan tetap mempertahankan kedudukannya. Oleh karena itu pihak manajemen harus memperhatikan faktor-faktor dalam pemasaran yang mempengaruhi tingkat penjualan dan penerapan kebijaksanaan pemasaran yang ada secara tepat dan terpadu sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai.

Konsep pemasaran tidak hanya mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan pelanggan tetapi juga mengetahui keinginan dan peluang pasar sesuai perubahan yang maju pesat pada saat ini. Pandangan ini berasal dari berbagai kesulitan yang dihadapi dalam usaha memenangkan persaingan. Disamping hal itu perusahaan juga harus peka terhadap situasi pasar, karena gerak dari perusahaan dipengaruhi oleh para pesaingnya dan cenderung pada reaksi pesaing yang ada. Cara perusahaan untuk memenangkan persaingan maupun untuk mempertahankan posisi dapat mempergunakan strategi pemasaran tersendiri. Masing-masing perusahaan dalam suatu perdagangan menggunakan strategi pemasaran sehingga perusahaan dapat mempunyai posisi yang dominan dalam pasar.

Usaha Rumah Makan IBU GIPAH BANDENGAN JEPARA ini sebagai salah satu Usahamakanan atau sering disebut dengan restauranklasik dengan mengusung tema tradisional di Jepara. Dibandingkan dengan rumah makan

lainnya, rumah makan Ibu Gipah berada di pinggir pantai atau tidak berada di lingkungan pantai wisata melainkan menyewa tanah di wilayahnya sendiri. Dimana saat ini, posisi rumah makan Bu Gipah dikelilingi hotel dan rumah makan modern.

Dalam kondisi ketatnya persaingan, ternyata rumah makan Bu Gipah mempunyai prospek yang cukup baik. Berbagai strategi pemasaran telah dilakukan oleh Pemilik rumah makan tersebut untuk meningkatkan hasil penjualan. Dilihat dari laporan laba rugi rumah makan bu Gipah menunjukkan bahwa hasil penjualan dari tahun 2015 ke 2016 mengalami penurunan. Hal tersebut salah satunya karena terdapat persaingan yang semakin tajam, sehingga menuntut strategi dan kebijakan yang tepat untuk menjaga eksistensi sebuah cita rasa yang khas serta meningkatkan inovasi-inovasi baru agar dapat berkembang sesuai dengan yang diinginkan.

Untuk menentukan strategi yang tepat perusahaan atau pemilik usaha harus dapat menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan pemasaran. Salah satunya adalah dengan melihat peluang, ancaman, tantangan dan hambatan pada suatu usaha. Perusahaan atau pemilik usaha perlu memonitor dan menyelidiki terus menerus tentang keadaan lingkungan bisnis yang selalu berubah dari waktu ke waktu. Hal ini sangat mempengaruhi kelangsungan hidup suatu Usaha dan merupakan sumber informasi bagi perencanaan, pengendalian dan pembaharuan strategi dan kebijakan perusahaan, sehingga strategi pemasaran memegang peranan yang besar dalam keberhasilan perusahaan umumnya dan pemasaran khususnya. Suatu produk akan menempati posisi di dalam tingkat persaingan

dalam produk sejenis. Agar dapat menggunakan strategi pemasaran yang tepat perusahaan atau pemilik usaha tersebut harus dapat mengidentifikasi di manakah posisi usaha yang sebenarnya.

Rumah Makan IBU GIPAH Bandengan Jepara selama ini melakukan pemasaran jenis varian makanannya yang dijual dengan menggunakan strategi harga tetap dan dengan sedikit menambah jenis varian masakan makanan dan tempat yang setiap tahunnya direnovasi. Hal ini dilakukan untuk menarik konsumen sehingga pelanggan tidak bosan dengan menu yang disediakan. Disamping itu pemilik usaha juga memberikan pelayanan yang baik serta jaminan rasa yang tentu saja pasti enak.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian diatas maka peneliti ini mengambil judul: **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN RUMAH MAKAN IBU GIPAH BANDENGAN JEPARA”**.

1.2. Ruang Lingkup Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, maka penulis hanya membahas mengenai Analisis Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Mbah Gipah Bandengan Kabupaten Jepara yang dilihat dari segi Produk, harga, tempat, dan promosi.

1.3. Rumusan Masalah

Rumah makan ini dipilih sebagai obyek penelitian, sebab Rumah Makan ini mampu bertahan di era yang modern dengan mengusung tema Tradisional. Rumah makan ini sudah memiliki umur yang matang yakni hampir 30 tahun berdiri. Tetapi semenjak bermunculan Restoran restoran modern di sekitar Bandengan,

penjualan di Rumah Makan Ibu Gipah mengalami penurunan. Disamping itu, desakan Warga sekitar untuk diberlakukan biaya masuk wilayah rumah makan, mempengaruhi penjualan di Rumah Makan Ibu Gipah.

Maka permasalahan pokok yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini peneliti menemukan hal menarik untuk diteliti yang dilakukan terhadap Rumah Makan IBU GIPAH Bandengan Kabupaten Jepara yaitu bagaimana strategi pemasaran pada Rumah Makan IBU GIPAH Bandengan Kabupaten Jepara apabila diteliti dengan menggunakan metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Treatment*).

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menemukan bukti empiris tentang ANALISIS STRATEGI PEMASARAN Rumah Makan Ibu Gipah. Untuk menganalisis Rumah Makan IBU GIPAH Bandengan Kabupaten Jepara dalam Matrik SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Treatment*) sehingga perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan hasil penjualan dalam persaingan dengan perusahaan produk sejenis..

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini meliputi manfaat teoritis dan manfaat praktis, yakni:

1. Manfaat Teoritis

Bagi pengembangan ilmu pengetahuan:

1. Sebagai sarana pembelajaran dalam penerapan ilmu pengetahuan yang penulis peroleh selama masa perkuliahan.

2. Dapat dijadikan sebagai referensi atau tambahan referensi wawasan ilmiah serta masukan bagi peneliti yang lain yang ingin lebih mengembangkan ilmu pemasaran yang terkonsentrasi di bidang manajemen pemasaran dan yang akan meneliti kembali mengenai sebuah analisis pemasaran makanan.

2. Manfaat Praktis

1. Menambah wawasan bagi instansi terkait analisis strategi pemasaran secara lebih luas dengan adanya studi empirisnya.
2. Analisis Strategi pemasaran ini penting dilakukan untuk mengetahui permasalahan di sebuah perusahaan sehingga dapat menentukan strategi yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Penelitian ini juga dilakukan oleh Suria Yuliatwati pada tahun 2008. Dengan judul Analisis Strategi pemasaran Obat Herbal Biomunos pada PT Biofarmaka Indonesia, Bogor. Dengan hasil yang diperoleh untuk perusahaan antara lain. Perusahaan harus mempertahankan harga jual produk yang lebih murah dari pesaing, membuat variasi kemasan produk berupa kemasan strip isi 10 kapsul agar lebih terjangkau, menentukan kualitas produk untuk meraih kepercayaan pelanggan, mendorong promosi langsung di lapangan.
3. Menambah wawasan bagi pembaca yang membutuhkan informasi tentang pemasaran suatu usaha yang menggunakan strategi SWOT.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini diuraikan tentang latar belakang masalah, ruang lingkup penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penulisan dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain tentang Strategi pemasaran marketing mix.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang analisis hasil penelitian yang meliputi gambaran umum obyek penelitian, deskripsi responden, deskripsi variabel, analisis data, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab lima merupakan bab terakhir dari keseluruhan penulisan skripsi yang berisi tentang kesimpulan dan saran.