

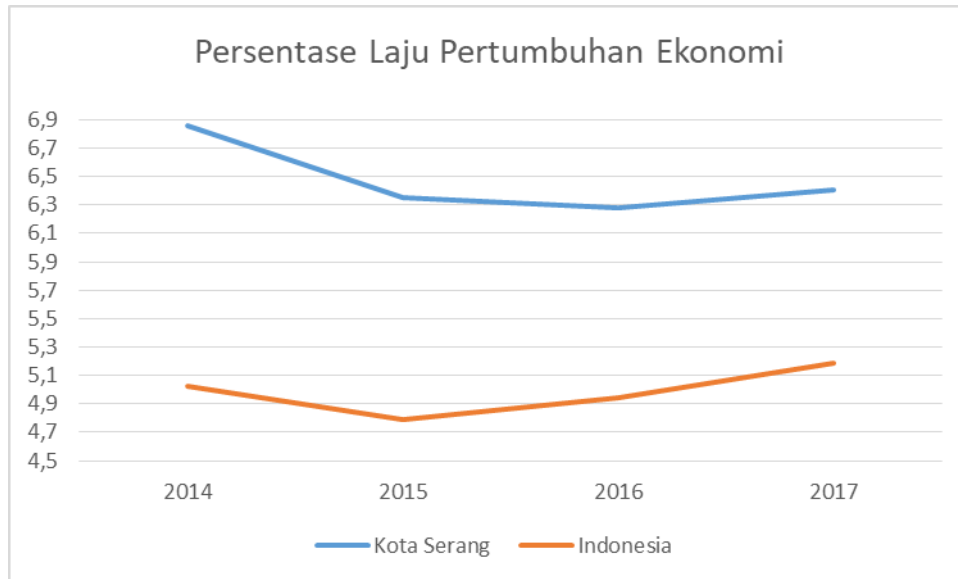
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah salah satu unsur penting yang menunjang perekonomian di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan Badan Pusat Statistik, pada tahun 2018 terdapat 57,89 juta usaha kecil menengah. Seluruh usaha tersebut memberikan kontribusi pada PDB sebesar 60,34% dan kontribusi penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9%. UKM mampu bertahan dan cenderung bertambah dibandingkan dengan usaha besar yang cenderung mengalami kerugian atau bahkan jatuh akibat krisis. Dengan adanya UKM, pengangguran akibat tenaga kerja yang tidak terserap oleh dunia kerja menjadi berkurang dan UKM mampu menunjang peningkatan taraf hidup masyarakat. Mengetahui pentingnya UKM dalam perekonomian Indonesia, pengembangan UKM harus diperhatikan agar dapat bertahan, bersaing, dan dapat memunculkan banyaknya UKM baru.

Sebagai ibu kota provinsi paling muda di Pulau Jawa, kota Serang merupakan salah satu kota yang sangat strategis untuk mengembangkan UKM. Hal ini dapat dilihat berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) yang mana kota Serang mengalami pertumbuhan ekonomi sebesar 6,41% pada tahun 2017, jumlah ini lebih besar di bandingkan pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2017 keseluruhan yaitu sebesar 5,19%. Perkembangan ini termasuk berkembangnya sektor UKM salah satunya rumah makan dan restoran. Terlihat dari perkembangan ekonomi kota Serang ini mengindikasikan bahwa usaha kuliner di kota Serang masih memiliki prospek yang menjanjikan.



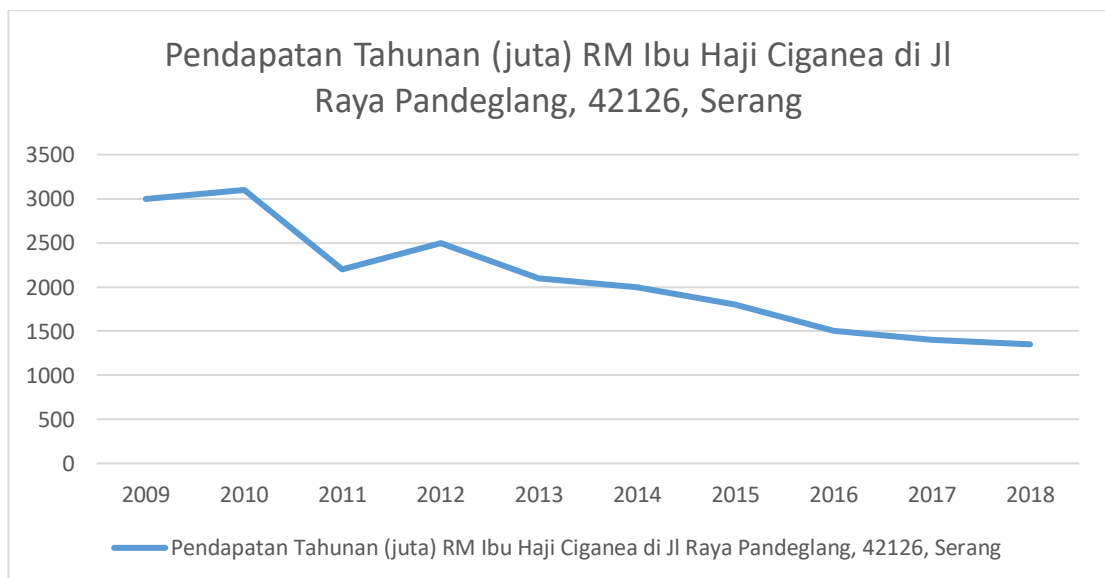
Gambar 1.1 Persentase Laju Pertumbuhan Ekonomi

(Sumber : BPS dan BPS Kota Serang)

Salah satu UKM di kota Serang yang bergerak di bidang kuliner adalah rumah makan Ibu Haji Ciganea. Rumah makan Ibu Haji Ciganea yang berlokasi di Jl. Raya Pandeglang, 42126, Serang adalah rumah makan yang menyajikan makanan tradisional khas sunda dan sudah berjalan selama 9 tahun. Hal yang mendasari pemilihan rumah makan Ibu Haji Ciganea yang berlokasi di Jl. Raya Pandeglang, 42126, Serang ini adalah karena terus berkembangnya UKM di Kota Serang. Usaha rumah makan merupakan usaha yang memiliki prospek yang menjanjikan dari waktu ke waktu, hal ini dikarenakan makanan merupakan kebutuhan dasar yang bersifat kontinu bagi manusia dan sudah merupakan gaya hidup.

Meski demikian, sudah terdapat 17 rumah makan yang menyajikan makanan tradisional di Kota Serang yang pasar sasaran nya serupa dengan RM Ibu Haji Ciganea Serang. Serta terdapat 7 rumah makan yang menyajikan makanan tradisional yang berlokasi di radius 3 km dari RM Ibu Haji Ciganea serang. Hal ini menunjukkan potensi dari bisnis kuliner dan banyak nya pesaing bisnis kuliner di Kota Serang pada saat ini. Menurunnya pendapatan rumah makan Ibu Haji Ciganea yang berlokasi di Jl. Raya Pandeglang, 42126, Serang dari tahun ke tahun yang tidak sesuai dengan perkembangan pasar ini menunjukkan tingginya persaingan yang dihadapi pada saat ini. Berdasarkan pemilik RM Ibu Haji Ciganea Serang,

faktor utama yang menyebabkan penurunan penjualan yang dialami RM Ibu Haji Ciganea Serang adalah persaingan yang semakin besar. Pada awal RM Ibu Haji Ciganea Serang ini dibangun di tahun 2009, RM Ibu Haji Ciganea ini merupakan satu-satunya rumah makan yang menyajikan masakan tradisional pada radius 5 km dari lokasi rumah makan. Sampai saat ini, tidak ada antisipasi dan solusi untuk menghadapi persaingan yang di hadapi, terlebih pada segi promosi yang mana RM Ibu Haji Ciganea hanya mengandalkan *signboard* yang berada di depan lokasi rumah makan untuk melakukan promosinya. Untuk perlu dilakukan suatu pengembangan strategi pemasaran yang mampu meningkatkan penjualan agar dapat bersaing dengan para pesaing yang ada di Kota Serang ini. Metode pengembangan strategi pemasaran yang digunakan adalah metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Metode ini digunakan karena hasil dari metode ini mampu menghasilkan usulan-usulan strategi pemasaran yang di nilai secara kuantitatif, sehingga usulan-usulan tersebut dapat dipertanggung jawabkan. Hasil studi strategi pemasaran akan dapat meningkatkan penjualan dari strategi pemasaran yang didapat, sehingga dapat diketahui strategi pemasaran yang cocok untuk perusahaan, sehingga rumah makan tersebut dapat semakin berkembang dan bersaing dengan kompetitor lainnya.



Gambar 1.2 Pendapatan Tahunan (juta) RM Ibu Haji Ciganea Serang

(Sumber: RM Ibu Haji Ciganea Serang)

Melihat data pendapatan tahunan RM Ibu Haji Ciganea yang terus menurun dari tahun ke tahun dan pertimbangan faktor yang telah disebutkan, sang pemilik, H.Ir.Kodrat Hamimbar mengusulkan dibuatnya strategi pemasaran baru yang dapat meningkatkan penjualan rumah makan miliknya tersebut. Untuk itu diperlukan studi strategi pemasaran berdasarkan metode QSPM yang akan dilakukan pada RM Ibu Haji Ciganea Serang ini.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Pengembangan yang didasari oleh potensi bisnis yang ada, dan juga terjadi penurunan pendapatan yang disebabkan oleh persaingan yang terjadi. Untuk melakukan hal ini, diperlukan kajian strategi pemasaran dilihat dari berbagai aspek/sudut pandang untuk mengetahui apa strategi pemasaran yang sesuai untuk rumah makan Ibu haji Ciganea, maka rumusan masalah yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah:

Apa strategi pemasaran yang sesuai untuk meningkatkan penjualan RM Ibu Haji Ciganea Serang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

Membuat usulan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan RM Ibu Haji Ciganea Serang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategi pemasaran di RM Ibu Haji Ciganea Serang.
2. Atribut yang menjadi kelebihan dan kelemahan dapat diketahui dari penelitian ini dan dapat menjadi masukan bagi RM Ibu Haji Ciganea Serang.
3. Sebagai masukan usaha dalam meningkatkan peluang pasar.
4. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

## **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di rumah makan Ibu Haji Ciganea yang berlokasi di Jl. Raya Pandeglang, 42126, Serang. Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran yang dapat di kembangkan berdasarkan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

## **1.6 Batasan Penelitian**

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Data yang digunakan adalah data yang didapat dari tahun 2017 sampai 2019.
2. Penelitian ini hanya sebatas usulan tidak sampai tahap implementasi.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi penjelasan secara umum mengenai objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian. Tujuan dari landasan teori tersebut yaitu untuk membentuk kerangka berpikir yang akan digunakan untuk menyelesaikan masalah penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini diuraikan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini dijelaskan proses pengumpulan data-data yang diperlukan selama penelitian dan pengolahan data tersebut yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini.

## **BAB V ANALISIS**

Pada bab ini diuraikan analisis terhadap hasil dari pengolahan data pada bab IV.

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran yang diberikan kepada perusahaan terkait