

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dewasa ini bisnis makanan berkembang sangat **marak di** kota Surabaya. hal ini dapat dilihat dari banyaknya restoran yang muncul, baik dalam skala kecil maupun skala besar, sehingga menyebabkan persaingan semakin ketat karena konsumen memiliki lebih banyak pilihan tempat untuk mengkonsumsi makanan dan minuman. Hal tersebut menyebabkan pelaku bisnis restoran dituntut untuk semakin selektif di d a h menentiikan konsumen yang dibidik agar bidang usaha yang dikelola bisa berjalan dengan lancar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Untuk memenangkan persaingan, faktor kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting. Oleh karena itu, pemasar selalu diharapkan **untuk** mengadakan pembaharuan serta melaksanakan promosi pengenalan produk terhadap konsumen **yang** ingin dicapainya. Pemasar **tidak** saja harus mampu menjual produk atau jasanya, melainkan juga harus mempelajari apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen di masa sekarang dan di masa yang akan datang serta mengetahui bagaimana menyajikan alternatif terbaik kepada konsumen yang jadi sasaran utamanya, sehingga pemasar dapat memasarkan dan menyesuaikan produknya menjadi lebih unggul dari para pesaingnya.

Setelah mengetahui situasi dan kondisi persaingan yang semakin ketat antar perusahaan dimana perusahaan tetap menginginkan bagaimana mempertahankan konsumennya agar tidak menurun pimpinan perusahaan diharapkan juga cepat tanggap terhadap perubahan yang terjadi di sekitarnya.

Hal ini sungguh sangat penting karena apabila pimpinan perusahaan terlambat menyadari perubahan yang terjadi di sekitarnya maka hal itu dapat memberi celah bagi para pesaing untuk menaikkan penjualannya.

Dalam rangka menghadapi persaingan tersebut, *untuk* tetap mempertahankan konsumen serta untuk mendapatkan keuntungan dalam jangka **waktu** panjang dengan tidak lupa memberi kepuasan pada konsumen, maka pengetola restoran diharapkan lebih selektif di dalam melakukan analisa selera dan perilaku **konsumen** di pasar, sehingga **tercipta permintaan** yang efektif. **Mie Gili** adalah restoran yang telah lama berdiri di Surabaya sejak tahun 1981 dan hingga sekarang telah berkembang menjadi **3** restoran, antara lain yang pertama kali dibuka adalah di jalan Mayjen Sungkono di kompleks niko Darmo Park I **Rblok** IV No. 3 – **4**, lalu yang kedua di jalan Raya Jemursari No. 23, dan yang terakhir di jalan Manyar Kertoarjo V No. 54 – 56. Hal ini berdasarkan pada data yang dihimpun dari survey dan wawancara pendahuluan dengan Bapak Welly sendiri selaku pemilik Restoran Mie Gili dan dalam penelitian ini penulis hanya **akan** membahas secara khusus **untuk** Restoran Mie Gili yang berlokasi di jalan Raya Jemursari

Bapak Welly selaku pemilik dari restoran yang menjadi obyek penelitian mempunyai **kesulitan** dalam mewujudkan harapannya terhadap Restoran Mic Gili

di Jalan Raya Jemursari dimana harapan Bapak Welly supaya Restoran Mie Gili di dalam Raya Jemursari ini bisa lebih berkembang dengan mempunyai konsumen dari berbagai kalangan tanpa mengurangi pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Restoran **ini** berada di lokasi yang cukup strategis, namun pada kenyataannya Restoran Mie Gili di jalan ini lebih sepi pengunjungnya dibandingkan dengan 2 Restoran Mie Gili milik bapak Welly yang lain,

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas maka masalah penelitian **ini** dapat dirumuskan sebagai berikut :

Strategi pemasaran apa yang perlu dilakukan Restoran Mie Gili Raya Jemursari Surabaya di dalam memasarkan produknya ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilaksanakan Restoran Mie Gili Raya **Jemursari Surabaya selama** ini
2. Untuk mengetahui serta menganalisa kendala-kendala yang dihadapi Restoran Mie Gili Raya Jemursari dan memasarkan produknya.
3. **Untuk** memberikan masukan mengenai strategi pemasaran yang perlu dilaksanakan Restoran Mie Gili Raya Jemursari

D. MANFAAT PENELITIAN

Melalui penelitian yang dilakukan Penulis maka diharapkan dapat memberikan manfaat yang ada, yaitu:

1. Bagi perusahaan

Membantu perusahaan dengan memberikan sumbangan pemikiran kepada pengelola Restoran Mie Gili Raya Jemursari mengenai langkah-langkah penting yang perlu dilakukan Restoran Mie Gili Raya Jemursari agar dapat lebih dikenal dan diharapkan Restoran Mie Gili Raya Jemursari memperbaiki kekurangannya.

2. Bagi Penulis

Penulis dapat menerapkan teori-teori ekonomi manajemen khususnya teori manajemen strategi pemasaran yang telah diterima selama perkuliahan pada situasi dan kondisi yang ada.