

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Makan merupakan kebutuhan primer setiap manusia selain sandang (pakaian) dan papan (tempat tinggal). Rasa lapar merupakan kebutuhan umum setiap manusia yang harus dipenuhi. Kebutuhan akan rasa lapar ini yang membuat bisnis makanan cepat berkembang, ditunjang lagi dengan sifat dasar manusia yang cepat bosan sehingga memunculkan berbagai macam makanan baik dalam bentuk maupun rasanya.

Di jaman yang serba modern ini dimana semua serba praktis dan efisien, orang tidak ingin selalu repot-repot masak sendiri di rumah karena sudah banyak restoran atau depot-depot yang menjual makanan dan bisa dipilih sesuai selera konsumen. Banyak juga keluarga-keluarga yang meluangkan waktunya seminggu sekali untuk berkumpul bersama dan sembari makan di luar rumah untuk mempererat ikatan kekeluargaan mereka, kalangan eksekutif yang menggunakan kesempatan makan ini sebagai ajang untuk berbisnis, penyelenggaraan pesta, dan lain-lain.

Di masa krisis moneter seperti sekarang ini, semua pihak merasakan dampaknya tidak terkecuali para pemilik rumah makan. Karena itu perlu dipikirkan suatu cara agar sebuah rumah makan bisa bertahan dan bisa bersaing dengan situasi yang tidak menguntungkan tersebut. Sebuah rumah makan juga

harus memposisikan dirinya secara benar dalam lingkungan persaingannya. Karena itu, seperti sebuah perusahaan maka sebuah rumah makan juga butuh analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats Analysis). Analisis SWOT dibagi menjadi dua bagian, yaitu : analisis Strengths and Weaknesses (kekuatan dan kelemahan) merupakan analisis di dalam perusahaan dimana perusahaan mampu untuk mengendalikannya termasuk didalamnya adalah Marketing mix / 4P (product, price, place, promotion). Sedangkan analisis Opportunities and Threats (peluang dan ancaman) merupakan analisis di luar perusahaan dimana perusahaan tidak mempunyai kemampuan untuk mengendalikannya. Sebuah rumah makan perlu melakukan perencanaan yang strategis supaya apa yang menjadi tujuan rumah makan tersebut dapat dilaksanakan dengan efektif dan efisien.

Banyaknya jenis makanan yang ada di masyarakat memungkinkan konsumen untuk memilih jenis makanan kesenangannya. Daging ayam merupakan salah satu bahan yang sering dipakai untuk membuat makanan di seluruh dunia, tidak heran jika jumlah restoran-restoran yang menu utamanya adalah ayam sangat banyak. Daging ayam ini bisa diolah dengan berbagai macam cara misalnya digoreng, direbus, dan dipanggang. Pengolahannya bisa memakai tepung atau bumbu-bumbu khas daerah tertentu. Contoh restoran di Surabaya yang menu utamanya ayam goreng tepung adalah ayam goreng Mama, Kentucky Fried Chicken, Texas Fried Chicken. Contoh restoran yang menggoreng ayam memakai bumbu-bumbu khas daerah adalah ayam goreng Sri, ayam goreng Ny. Suharti, ayam Mbok Berek, ayam goreng Cianjur.

Rumah Makan Sriwedari mencoba untuk ikut ambil bagian dalam bisnis makanan ini. Rumah Makan Sriwedari sendiri didirikan pada tanggal 8 Agustus 1999 oleh bapak Andy Lumengga di jalan Raya Jemursari no. 171 Surabaya. Jadi bisa dikatakan bahwa rumah makan ini merupakan bisnis yang baru saja berdiri. Menu utama rumah makan ini adalah ayam, baik ayam goreng maupun ayam bakar dengan bumbu-bumbu khas daerah Solo. Sekarang ini terjadi penurunan volume penjualan di Rumah Makan Sriwedari karena berbagai macam faktor salah satunya adalah kurangnya variasi menu dan kurangnya promosi. Hal ini tidak boleh dibiarkan berlarut-larut karena selain mempengaruhi pendapatan yang diterima juga kemampuan bersaingnya. Di dalam tugas akhir inilah akan dibahas dan disusun strategi-strategi untuk meningkatkan volume penjualan Rumah Makan Sriwedari.

B. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Bagaimana menyusun strategi pemasaran dengan menggunakan analisa SWOT, sehingga Rumah Makan Sriwedari bisa meningkatkan volume penjualannya dan bisa bersaing ?

C. TUJUAN PENELITIAN

- * Membantu Rumah Makan Sriwedari dalam meningkatkan volume penjualan dan bersaing dengan strategi yang tepat.
- * Menyajikan strategi bersaing yang lebih akurat dengan analisa SWOT.
- * Mengimplementasi faktor-faktor bauran pemasaran yang didapat dari hasil analisa SWOT.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Bagi penulis, penelitian bermanfaat untuk lebih mendalami analisa SWOT secara luas dan membantu penulis jika nantinya bekerja, khususnya pada bidang pemasaran.
- Bagi rumah makan Sriwedari, penelitian ini bermanfaat sebagai informasi atau masukan yang berguna agar rumah makan Sriwedari bisa bersaing dan meningkatkan volume penjualannya.
- Bagi pihak-pihak lain, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan ilmu ekonomi khususnya pemasaran dengan analisa SWOT pada sebuah perusahaan meskipun masih berskala kecil.

E. RUANG LINGKUP PENELITIAN

- Pada tugas akhir ini dibahas faktor-faktor yang berkaitan dengan strategi pemasaran bagi rumah makan Sriwedari.
- Karena adanya keterbatasan kemampuan penulis untuk menganalisis seluruh kondisi di luar rumah makan Sriwedari, maka hanya akan dibahas pesaing-pesaing yang dianggap relevan dengan rumah makan Sriwedari yaitu rumah makan Ayam Janur, ayam Sriwijaya, Ayam Cianjur dan rumah makan Wong Solo di jalan Mayjen Sungkono.
- Produk yang diteliti adalah seluruh produk utama dan jasa di rumah makan Sriwedari.
- Variabel harga tidak digunakan dalam perhitungan penelitian karena harga masing-masing produk sangat bervariasi sehingga

bila dipaksakan masuk dalam perhitungan penelitian maka akan menimbulkan bias.

F. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Hasil penelitian disajikan dalam bentuk skripsi. Secara garis besar disusun menjadi lima bab dan masing-masing bab dapat dijelaskan isinya sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi mengenai teori-teori yang digunakan yaitu teori tentang strategi pemasaran didukung oleh teori SWOT dan teori bauran pemasaran serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran populasi penelitian, sampel dan teknik penarikan sampel, prosedur dan metode pengumpulan data, serta yang terakhir adalah teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Di bab ini menguraikan mengenai gambaran umum perusahaan termasuk didalamnya adalah sejarah umum rumah makan Sriwedari, misinya, tujuan rumah makan Sriwedari, lokasinya, bentuk hukumnya, struktur organisasi, organisasi dan personalia, produksi dan hasil produksi, harga jual produknya, promosinya. Selain itu juga dibahas mengenai analisis masalah, analisis SWOT, perhitungan statistik serta pembahasannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menguraikan kesimpulan yang dapat ditarik dari bab sebelumnya kemudian dikemukakan beberapa saran penulis agar diterapkan dalam rumah makan Sriwedari.