

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha semakin berkembang khususnya di kota Palembang. Dilansir oleh Tribun Sumsel semakin banyak cafe atau tempat nongkrong bermunculan di Palembang. Cafe atau tempat nongkrong, sepertinya menjadi idola tidak hanya untuk anak muda berkumpul tetapi juga sudah digunakan untuk tempat melakukan aktivitas pekerjaan. Diprediksi di tahun 2020 cafe atau tempat nongkrong akan terus bermunculan (sumsel.tribunnews.com). Menurut Kepala Bidang UKM Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan, Dr Mega Nugraha mengatakan jumlah UKM yang terdata melonjak drastis dibandingkan tahun 2019. Di tahun 2019 ada 162 ribu UKM, kemudian di tahun 2020 sudah 427 ribu UKM artinya sudah dua kali lipat bertambah, paling banyak penambahan di kota Palembang dan di daerah sekitarnya. Oleh karena itu dalam menghadapi kondisi sosial yang terus berubah, menuntut setiap pemilik usaha cafe selalu tanggap dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar selalu mendapatkan kepercayaan konsumen dan selalu menghasilkan produk yang sesuai selera dan kebutuhan konsumen serta dengan kualitas yang terbaik (Raznilawati, 2017).

Pada saat ini bisnis cafe berkembang sangat marak di kota Palembang, bahkan terdapat cafe dalam satu lokasi yang berdekatan, dengan skala usaha yang sama, dengan daftar menu yang kurang lebih sama misalnya South Station dan Kedai Siru dalam wilayah sekitar Jalan Diponegoro, sebagai konsumen mempunyai pilihan untuk memenuhi kebutuhan akan penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman. Pemilik atau pengelola usaha tidak saja harus mampu menjual produk dan jasanya, tetapi juga harus mempunyai kemampuan untuk memasarkan usahanya, sehingga jumlah konsumen tidak menurun tetapi semakin meningkat. Pemilik atau pengelola cafe harus dapat memahami selera dan perilaku masyarakat yang menjadi konsumen, sehingga dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk tetap mempertahankan tingkat permintaan konsumen pada tingkat yang

dapat memaksimalkan keuntungan (Raznilawati, 2017). Pemasaran atau *marketing* adalah proses sosial dan manajerial dimana individu atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain (Kotler dan Keller 2019:5). Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang didesain untuk mempengaruhi pertukaran dalam mencapai tujuan organisasi. Biasanya strategi pemasaran diarahkan untuk meningkatkan kemungkinan atau frekuensi perilaku konsumen, seperti peningkatan kunjungan pada toko tertentu atau pembelian produk tertentu (Setiadi, 2008:7).

Kedai Siru merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang kuliner di kota Palembang. Kedai Siru merupakan sebuah cafe atau tempat untuk makan, ngopi, diskusi dan juga tempat untuk menggelar *event-event* yang berkonsep *sharing* dan *entertainment* yang berdiri sejak 19 November 2016. Kedai Siru terletak di Jalan Diponegoro Nomor 20 Kecamatan Ilir Barat I Bukit Kecil Palembang. Meskipun banyak bermunculan cafe-cafe baru, Kedai Siru masih tetap dapat eksis dalam menyediakan makanan dan minuman saat ini. Namun demikian, menurut pengelolanya, jumlah konsumen yang berkunjung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Tabel 1.1
Data Pengunjung Kedai Siru dari tahun 2016-2020

Tahun	Jumlah Pengunjung
2016	16425
2017	23725
2018	47450
2019	54750
2020	80300

Sumber : Pengelola Kedai Siru, wawancara tanggal 27 Maret 2021

Kedai Siru mempunyai harapan agar jumlah konsumen yang mengkonsumsi produk dan jasanya tidak semakin menurun, tetapi mengalami pertambahan dalam penjualan sehingga dapat meningkatkan laba usaha cafenya. Untuk menarik minat masyarakat yang datang dan mengkonsumsi produk dan jasanya, Kedai Siru merencanakan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, yang didasarkan atas analisa situasi dan kondisi internal-eksternal perusahaan. Oleh karena itu penulis

tertarik mengambil judul “Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Usaha Pada Kedai Siru Palembang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal pada Kedai Siru Palembang?
2. Strategi pemasaran apa yang perlu dilakukan Kedai Siru Palembang dalam mempertahankan usahanya?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan, lebih jelas dan dapat dilakukan secara maksimal. Maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada strategi pemasaran dalam mempertahankan usaha, dan metode yang dipakai yaitu metode analisis SWOT.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah :

1. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor internal dan eksternal pada Kedai Siru Palembang.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang perlu dilakukan Kedai Siru Palembang dalam mempertahankan usahanya.

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

a. Manfaat Teoritis

1. Bagi Penulis, diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru melalui pengalaman yang diperoleh selama melakukan penelitian khususnya dalam strategi pemasaran dalam perusahaan atau bisnis agar dapat dikembangkan dan di aplikasikan sebelum memasuki dunia bisnis

serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Manajemen Pemasaran.

2. Bagi Pembaca, agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan serta perbandingan untuk penelitian yang selanjutnya dan sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi pembaca.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan, agar penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna sebagai dasar evaluasi strategi perusahaan yang telah digunakan dan menjadi bahan pertimbangan untuk kebijakan pemasaran yang akan datang.
2. Bagi Pihak Lain, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai sumber referensi dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kedai Siru yang berada di Jalan Diponegoro Nomor 20 Kecamatan Ilir Barat I Bukit Kecil Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Dalam penelitian ini, penulis akan menjawab permasalahan penelitian dengan pendekatan kualitatif. penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya bersifat kualitatif (Sugiyono 2016:8).

b. Sumber Data

Didalam penelitian ini, sumber data yang dipakai yaitu berupa data primer dan sekunder (Sugiyono, 2016:225) :

1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) dengan cara melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dan penyebaran kuesioner.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk data. Data ini diperoleh dari obyek penelitian, buku, internet dan jurnal.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Metode Wawancara

Metode wawancara sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan ingin mengetahui hal-hal dari narasumber yang lebih mendalam (Sugiyono, 2016:137). Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara semi terstruktur dimana peneliti menggunakan pedoman wawancara berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan langsung dengan pihak-pihak terkait penelitian pada Kedai Siru Palembang.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada

responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016:142).

3. Dokumentasi

Dokumentasi sebagai pelengkap. Mencari dan mendapatkan data atau informasi yang didokumentasikan baik berupa tulisan, gambar atau rekaman (Sugiyono, 2016:240).

1.5.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami (Sugiyono, 2016:244). Teknik analisis yang digunakan dalam proses penganalisaan data dalam penelitian adalah Analisis SWOT. Analisis SWOT menurut Rangkuti (2015:19) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis (*Strategic Planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT dengan menggunakan *Matriks Internal Factor Analysis Summary* dan *Matriks Eksternal Factor Analysis Summary*.

a. Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*)

Tahap-tahap penyusunan matriks *Internal Factor Analysis Summary* menurut Rangkuti (2015:26) sebagai berikut :

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis

perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).

- 3) Hitung rating untuk masing-masing dengan memberikan skala mulai dari 1 sampai 4 berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai +4 (sangat baik) sedangkan variabel yang negatif, kebalikannya jika kelemahan sangat besar nilainya 1 dan jika kelemahan dibawah rata-rata nilainya 4.
- 4) Kalikan bobot dengan rating untuk memperoleh faktor pembobotan. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi 1 sampai 4.
- 5) Jumlahkan skor pembobotan untuk memperoleh nilai total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya.

b. Matriks EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*)

Tahap-tahap penyusunan matriks *Eksternal Factor Analysis Summary* menurut Rangkuti (2015:26) sebagai berikut :

- 1) Tentukan faktor – faktor yang menjadi peluang serta ancaman.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- 3) Hitung rating untuk masing-masing dengan memberikan skala mulai dari 1 sampai 4 berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi nilai +4 tetapi jika peluang kecil diberi

rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya misalnya, jika ancaman sangat besar rating 1, jika ancaman sedikit ratingnya 4.

- 4) Kalikan bobot dengan rating untuk memperoleh faktor pembobotan. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi 1 sampai 4.
- 5) Jumlahkan skor pembobotan untuk memperoleh nilai total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.