

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi ini, bisnis di Indonesia ini sudah berkembang dengan sangat pesat. Dengan adanya persaingan yang sangat ketat diantara pelaku usaha. Pasuruan merupakan salah satu kota yang sangat mendukung masyarakat dalam mendirikan suatu usaha. Masyarakatnya berlomba-lomba menunjukkan berbagai kreativitas dan inovasi yang dimiliki untuk menghasilkan suatu produk baru dalam bentuk barang maupun jasa. Selain itu untuk menunjang perekonomian masyarakat, dan juga suatu usaha tersebut juga berperan dalam membuka lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat sekitar.

Dengan adanya persaingan diantara pelaku usaha, perusahaan harus mampu menyusun strategi yang sangat tepat guna mengembangkan usahanya agar tetap bertahan. Salah satu strategi bisnis yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat dan memiliki peran penting dalam kegiatan bisnis. Karena itulah strategi pemasaran yang telah ditetapkan harus mampu menarik konsumen agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan dan juga dapat menaikkan volume penjualan.

Strategi pemasaran yang efektif dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan setiap bulannya maupun setiap tahunnya, dalam hal ini

perusahaan harus mampu melihat peluang serta dapat memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap peningkatan penjualan produk dari usahanya. Salah satu cara untuk mengembangkan usaha adalah dengan melakukan inovasi-inovasi baru sesuai dengan perkembangan jaman.

Perkembangan teknologi juga menjadi hal yang sangat diperlukan oleh setiap pelaku usaha karena mereka pasti juga sangat membutuhkan teknologi, dan teknologi merupakan jalan yang sangat tepat untuk memperkenalkan suatu produk dari usahanya. Saat ini banyak sekali media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan maupun memperkenalkan suatu produk yang secara online seperti *instagram*, *twitter*, *facebook*, *website*, atau media lainnya yang sering digunakan oleh masyarakat saat ini.

Jika suatu perusahaan melakukan strategi pemasaran yang tepat, maka perusahaan tersebut akan dapat meningkatkan volume penjualan. Upaya untuk mencapai peningkatan penjualan terdapat berbagai alternatif strategi yang dapat digunakan, salah satu alternatif yang sering digunakan adalah strategi bauran pemasaran meliputi produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan kondisi fisik (*physical evindance*). Dari ketujuh variabel dalam bauran pemasaran tersebut yang menjadi salah satu tolak ukur adalah produk (*product*).

Selain memikirkan strategi pemasaran, pelaku usaha juga harus memikirkan kualitas dari sumber daya manusianya juga, karena sumber daya manusia yang terlibat di dalamnya juga membutuhkan motivasi – motivasi agar kinerja yang diberikan oleh sumber daya manusia tersebut dapat maksimal dan tidak mengecewakan konsumen yang ada. Selain itu, pelaku usaha juga dapat memberikan *reward* atas kinerja yang diberikan oleh karyawan. Selain itu, atasan juga dapat memberikan fasilitas untuk karyawannya, seperti kegiatan pelatihan – pelatihan untuk mengembangkan kreativitas karyawannya dan mengikutsertakan seminar agar karyawan dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen.

Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk menganalisis usahanya, apakah usaha yang telah dijalankan tersebut sudah berjalan sesuai dengan target yang diinginkan atau belum. Pelaku usaha dapat melakukan analisis untuk usaha yang dijalankan tersebut. Analisis SWOT dapat membantu pelaku bisnis dalam menganalisis bagaimana strategi pemasaran yang harus dijalankan perusahaan tersebut untuk mencapai target yang diharapkan oleh perusahaan.

Dalam meneliti suatu strategi bisnis, peneliti menggunakan strategi pemasaran “7P” yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Saluran Distribusi), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), *Physical Evidance* (Kondisi Fisik). Dari ketujuh unsur tersebut akan di kaji pada hasil dan pembahasan menggunakan analisis SWOT pada Kober Mie

Setan Pasuruan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*), dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*), dan ancaman (*threats*). Penelitian dengan menggunakan SWOT dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan demi memenuhi kebutuhan konsumen dan juga untuk meneliti unsur mana yang menjadi tolak ukur dan kekuatan pada perusahaan tersebut.

Pada saat ini usaha *food and beverage* sangat banyak ditemui di berbagai daerah dan terus bertambah, baik dalam skala kecil maupun skala besar. Usaha ini khusus menyediakan berbagai menu mie dan sangat marak di kota – kota besar termasuk di Kota Pasuruan. Seringkali kita menjumpai lokasi yang berdekatan terdapat tempat makan yang khususnya menyediakan berbagai macam mie dengan berbagai macam level kepedasan, dengan daftar menu yang kurang lebih sama tetapi dari segi pemasarannya berbeda. Dengan adanya situasi dan kondisi persaingan yang semakin ketat, maka pemilik atau pengelola usaha harus mampu memasarkan usahanya agar jumlah konsumen tidak menurun tetapi meningkat. Oleh karena itu, dalam menghadapi situasi persaingan yang semakin ketat, dan kondisi social yang terus berubah, harusnya pemilik juga tanggap dalam menghadapi perubahan yang ada dan juga menyesuaikan diri terhadap perubahan tersebut agar tidak ketinggalan diantara pelaku bisnis

yang lainnya. Mereka saling bersaing untuk menjadi yang terbaik dan memberikan pelayanan yang terbaik agar selalu mendapatkan kepercayaan konsumen dan selalu menghasilkan produk – produk terbaru dan yang sesuai selera konsumen dengan kualitas terbaik. Selain itu, pemilik juga harus memperhatikan kondisi perusahaan untuk mempertahankan tingkat permintaan konsumen agar dapat memaksimalkan keuntungan.

**Tabel 1.1**

**Data Penjualan pada Kober Mie Setan 5 Bulan Terakhir (2019)**

<b>No.</b>	<b>Periode (Bulan)</b>	<b>Banyak Penjualan</b>	<b>Keuntungan (Rp)</b>
<b>1.</b>	<b>Juli (2019)</b>	<b>1000</b>	<b>24.425.000</b>
<b>2.</b>	<b>Agustus (2019)</b>	<b>1800</b>	<b>32.540.500</b>
<b>3.</b>	<b>September (2019)</b>	<b>2500</b>	<b>41.477.000</b>
<b>4.</b>	<b>Oktober (2019)</b>	<b>3800</b>	<b>55.883.500</b>
<b>5.</b>	<b>November (2019)</b>	<b>6000</b>	<b>136.362.500</b>

*(Sumber : Data olahan dari pemilik)*

Dari data tersebut, maka dalam penelitian ini, peneliti memilih objek Kober Mie Setan yang terletak di Jalan Raya Tulang, Ledug, Prigen, Jawa Timur merupakan salah satu tempat makan yang berdiri pada tahun 2011, yang memiliki 23 cabang. Yang berada di Jawa sebanyak 13 cabang dan di Bali memiliki 10 cabang. Kober Mie Setan Pasuruan ini sendiri cabang yang ke-21 dan berdiri pada tahun 2019 dan memiliki kemampuan bersaing yang baik. Selain itu, lokasinya juga cukup strategis karena berada di satu lokasi bersama dengan tempat pariwisata yang bernama Pintu Langit. Kober Mie Setan juga mempunyai pesaing yang terletak tidak jauh dari lokasi, yaitu ada Mie Setan, Mie Gacoan, Mie Dados, dan juga Mie Nyonyor. Tetapi pada Kober Mie Setan ini mengutamakan menu makanan yang terdiri dari berbagai macam menu mie pedas dengan berbagai macam tingkat kepedasan, dan juga ada berbagai macam minuman dengan nama yang unik, seperti Es Genderuwo, Es Kuntilanak, Es Pocong, Es Tuyul dan juga Es SundelBolong. Selain itu, ada juga makanan seperti dimsum dan juga sushi.

Untuk itu kemampuan dalam meningkatkan kepuasan konsumen secara terus menerus merupakan syarat mutlak bagi setiap pelaku bisnis. Melihat banyaknya pesaing yang bermunculan, maka Kober Mie Setan berusaha menentukan strategi dan memperbaiki kualitas makanan agar harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas yang diberikan dan juga sesuai target pasar pada Kober Mie Setan. Penyusunan strategi yang signifikan berguna untuk meningkatkan kepuasan dan kelayakan konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Strategi pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Kober Mie Setan Pasuruan"

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut: "Strategi pemasaran apakah yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan pada Kober Mie Setan Pasuruan?"

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut:

"Mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan pada kober Mie Setan Pasuruan"

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya khususnya Program Studi Administrasi Bisnis yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang meliputi analisis SWOT.

#### **1.4.2 Secara Praktis**

Penelitian pada Kober Mie Setan ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian yang akan datang, dan untuk meninjau kembali apa yang harus dilakukan dalam mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang digunakan oleh Kober Mie Setan melalui analisis SWOT.