

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan ekonomi saat ini mencerminkan perubahan yang signifikan dalam dunia bisnis. Perubahan ini menjadi tantangan bagi perusahaan dalam mengembangkan bisnis mereka. Saat ini, bisnis berkembang dengan sangat cepat, dan banyak perusahaan yang merasakan dampaknya (Burta, 2018). Terlihat dari pertumbuhan pesat perusahaan yang menawarkan produk serupa dalam setiap sektor, yang membuat persaingan semakin sengit.

Hal ini mengakibatkan penurunan pangsa pasar dan sulitnya meraih konsumen. Dalam konteks pemasaran global yang luas, bisnis dapat dianggap sebagai medan pertempuran bagi produsen dan penjual yang beroperasi dalam sektor yang sama (Adquisiciones et al., 2019). Oleh karena itu, inovasi dan strategi yang efektif menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan pasar.

Industri cafe merupakan ranah bisnis yang penuh tantangan, diperagakan oleh sejumlah pesaing yang bervariasi. Di dalamnya terdapat cafe-cafe independen yang berusaha membedakan diri mereka dengan konsep dan kualitas yang unik, sekaligus bersaing dengan rantai cafe besar yang memiliki sumber daya dan jaringan yang luas (Suciana & Syahputra, 2023).

Persaingan yang berkembang dalam ekosistem ini telah

menciptakan arena bisnis yang sangat kompetitif baik yang sudah berdiri lama maupun yang baru didirikan, menghadapi tekanan yang signifikan untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan mereka.

Di tengah kemajuan teknologi dan akses pelanggan yang semakin luas, cafe perlu berinovasi secara berkelanjutan agar tetap relevan dan menarik perhatian konsumen. Mereka harus mencari cara untuk menonjol dalam deretan pesaing yang semakin ramai, menghadirkan pengalaman unik, dan menyediakan produk dan layanan yang memenuhi ekspektasi pelanggan.

Cafe yang mampu menyediakan variasi yang sesuai dengan selera pelanggan akan lebih mungkin mendapatkan loyalitas dan meningkatkan penjualan. Penjualan adalah proses bisnis dimana produk, layanan, atau barang ditawarkan kepada pelanggan dengan maksud untuk menghasilkan pendapatan atau penjualan. Ini melibatkan serangkaian langkah dan aktivitas yang dilakukan untuk meyakinkan pelanggan potensial untuk membeli produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

Selain itu, efisiensi operasional juga menjadi faktor kunci dalam mengoptimalkan laba dan meningkatkan penjualan cafe. Manajemen stok yang baik, pengendalian biaya operasional yang efisien, dan pengelolaan sumber daya manusia yang cerdas adalah komponen utama dalam menjaga bisnis cafe tetap menguntungkan (Koesrindartoto &

MBA, 2023).

Pengelolaan stok yang tepat akan menghindari pemborosan dan kekurangan bahan, sedangkan pengendalian biaya operasional akan membantu meningkatkan margin keuntungan. Manajemen sumber daya manusia yang efisien juga akan memastikan bahwa cafe memiliki staf yang kompeten dan dapat memberikan pelayanan berkualitas tinggi kepada pelanggan.

Strategi bisnis merupakan rencana dan langkah-langkah yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis dan memenangkan persaingan di pasar. Strategi bisnis mencakup berbagai aspek, termasuk bagaimana perusahaan akan mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, mengalokasikan sumber daya, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Kombinasi antara pemahaman mendalam terhadap preferensi konsumen yang berubah dan operasional yang efisien akan membantu cafe untuk tetap relevan di pasar yang kompetitif dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Dalam dunia bisnis cafe yang dinamis, kemampuan untuk beradaptasi dan mengelola operasi dengan cerdas adalah kunci untuk meraih kesuksesan jangka panjang.

Dalam dunia usaha kafe, para pelaku bisnis bersaing dengan tekad untuk menjaga kelangsungan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan mereka. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan ini adalah melalui penerapan strategi bisnis yang

efektif. Kunci dari strategi bisnis yang berhasil dalam industri kafe adalah kemampuan untuk menjaga stabilitas penjualan atau lebih baik lagi, meningkatkannya dari tahun ke tahun, sejalan dengan peningkatan dalam kualitas dan jumlah produk yang mampu dihasilkan oleh kafe tersebut.

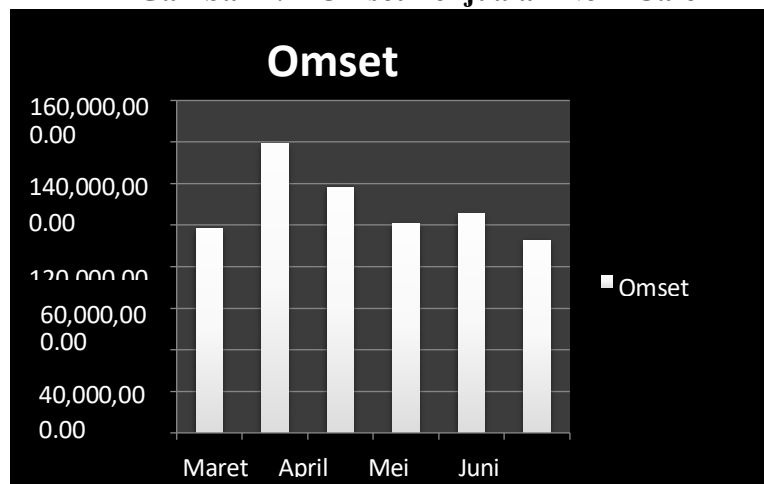
Perubahan dalam preferensi konsumen terhadap jenis makanan, minuman, dan pengalaman cafe adalah fenomena yang tak terhindarkan dan berlangsung seiring berjalannya waktu (Suko, 2023). Cafe yang ingin berhasil di pasar harus senantiasa berada dalam pemahaman mendalam tentang dinamika ini. Seiring dengan perubahan tren kesehatan dan gizi, konsumen mungkin mulai memilih menu yang lebih sehat atau berorientasi pada diet tertentu. Terkadang, perubahan budaya atau tren sosial juga dapat mempengaruhi apa yang pelanggan cari dalam sebuah cafe.

Menghadapi tantangan ini, cafe perlu beradaptasi dan merespons dengan cepat. Mereka harus bisa mengantisipasi tren baru yang muncul dan menyesuaikan menu mereka secara tepat. Ini tidak hanya mencakup menambahkan atau mengganti item- menu yang ada, tetapi juga memperhatikan bagaimana makanan dan minuman disajikan, kualitas bahan-bahan yang digunakan, serta keseluruhan pengalaman pelanggan.

Nonik Cafe Tulungagung, sebagai salah satu pelaku utama dalam industri ini, tidak terkecuali dari dinamika pasar yang terus berubah dan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, analisis strategi bisnis

menjadi sangat penting dalam rangka memahami dan mengatasi berbagai masalah yang dihadapi oleh Nonik Cafe. Nonik Cafe Tulungagung telah lama menjadi tempat favorit bagi penduduk setempat dan pengunjung kota. Selama bertahun-tahun, Nonik Cafe telah membangun citra sebagai penyedia hidangan dan minuman berkualitas tinggi dengan suasana yang nyaman dan layanan yang ramah.

**Gambar 1. 1 Omset Penjualan Noni Café**



*Sumber data : Diolah Peneliti (2023)*

Dalam analisis omset penjualan Nonik Cafe selama enam bulan terakhir, terlihat bahwa terdapat fluktuasi yang cukup signifikan. Omset meningkat secara mencolok pada bulan April, mencapai Rp 139.325.000, yang mungkin dapat dikaitkan dengan faktor-faktor seperti perubahan menu atau promosi yang sukses. Namun, pada bulan Mei dan Juni, omset mengalami penurunan tajam sebelum sedikit pulih pada bulan Juli. Kemudian, pada bulan Agustus, omset kembali menurun. Analisis lebih lanjut diperlukan untuk memahami penyebab fluktuasi ini, apakah disebabkan oleh perubahan dalam preferensi pelanggan, faktor musiman,

atau perubahan dalam strategi operasional.

Penelitian ini akan menerapkan teori Manajemen Strategis yakni analisis SWOT untuk memberikan pandangan mendalam tentang situasi Nonik Cafe dan merumuskan rekomendasi strategi yang dapat membantu mereka meningkatkan penjualan. Salah satu pendekatan analisis yang berguna untuk merumuskan strategi bisnis adalah melalui analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang, (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) yang ada dalam konteks suatu objek penelitian atau bisnis (Suko, 2023).

Dari hasil analisis SWOT ini, dapat dihasilkan strategi bisnis yang sesuai untuk meningkatkan dan mengembangkan hasil penjualan di masa depan. Analisis SWOT adalah salah satu pendekatan yang berguna untuk merumuskan strategi bisnis. Analisis SWOT membantu perusahaan atau individu untuk memahami situasi mereka dengan lebih baik dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis mereka (hidayat fahrul, 2023).

Teori Manajemen Strategis menekankan pentingnya analisis lingkungan eksternal dan internal, perumusan tujuan jangka panjang, serta pengembangan dan pelaksanaan strategi yang dapat memberikan keunggulan kompetitif. Tulungagung, sebagai lokasi Nonik Cafe, memiliki karakteristik ekonomi, sosial, dan budaya yang unik yang

dapat mempengaruhi bisnis kafe ini.

Selain Teori Manajemen Strategis, terdapat Teori Bauran (Mix Theory) yang dikemukakan oleh Neil Borden pada tahun 1949. Teori ini kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Jerome McCarthy pada tahun 1960-an. Menurut teori ini, terdapat empat elemen utama dalam strategi pemasaran, yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. Dimana menurut teori ini keempat elemen tersebut harus diintegrasikan dengan baik untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Teori bauran pemasaran ini masih digunakan hingga saat ini dan menjadi dasar bagi banyak perusahaan dalam merancang strategi pemasaran mereka. Menurut Teori Bauran, produk merupakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Perusahaan harus memastikan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli produk. Perusahaan harus menentukan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan daya beli konsumen. Promosi merupakan upaya perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Promosi dapat dilakukan melalui iklan, promosi penjualan, dan public relations. Dan terakhir distribusi yang merupakan cara perusahaan untuk menyediakan produk kepada konsumen. Distribusi dapat dilakukan melalui saluran distribusi seperti toko, agen, atau online.

Selain itu, Nonik Cafe juga perlu memahami kekuatan

(*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) internalnya. Aspek-aspek seperti manajemen operasional, sumber daya manusia, dan keuangan harus dievaluasi. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang dirinya sendiri dan lingkungan bisnisnya, Nonik Cafe dapat merumuskan strategi yang sesuai untuk meningkatkan penjualan dan daya saingnya.

Berdasarkan pemaparan di atas maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Nonik Cafe Tulungagung”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi bisnis yang dilakukan oleh Nonik Cafe Tulungagung dengan menggunakan analisis SWOT?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menganalisis bagaimana strategi bisnis yang dilakukan oleh Nonik Cafe Tulungagung dengan menggunakan analisis SWOT.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini, penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Penulis

Penulis akan memperoleh pengetahuan yang lebih dalam tentang



strategi bisnis di industri kafe, yang dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang manajemen usaha dan pemasaran.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Nonik Cafe dapat mengharapkan peningkatan penjualan sebagai hasil dari rekomendasi strategi bisnis yang ditemukan dalam penelitian ini.

3. Manfaat Bagi Pihak Lain

Pemilik bisnis kafe sejenis di sekitar Tulungagung dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai panduan untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka sendiri.