

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini usaha kuliner di Indonesia berkembang cukup baik karena munculnya usaha kuliner baru seperti restoran dan jenis makanan yang baru. Menurut Fadjar Hutomo selaku Deputy Akses Permodalan Badan Ekonomi Kreatif (Putra, 2018, para.5), Usaha kuliner juga saat ini menjadi penyumbang PDB ekonomi kreatif Indonesia yang terbesar yaitu sejumlah 41,4% atau setara dengan 383 triliun rupiah. Data pendukung yang diungkapkan oleh Parama Indonesia (Juniman, 2017, para.2) menyatakan bahwa perkembangan bisnis kuliner sebesar 7-14% dalam lima tahun terakhir memberi dampak terjadinya perubahan kebutuhan serta gaya hidup masyarakat yang semakin tinggi. Hal ini yang dilihat oleh pebisnis kuliner saat ini untuk menciptakan produk baru yang dapat menarik keunggulan bersaingnya terhadap kompetitor.

Kondisi serupa juga terjadi di kota Semarang dimana kota ini merupakan salah satu destinasi kuliner di Indonesia yang terkenal dengan makanan tradisionalnya. Berkembangnya kota Semarang yang menjadi jujukan wisata menyebabkan adanya pertumbuhan ekonomi di kota Semarang sehingga banyak munculnya restoran baru yang mulai eksis terutama di kalangan anak muda dan penggemar kuliner yang ingin merasakan suatu produk kuliner yang berbeda dari yang lain. Adanya minat masyarakat dan wisatawan untuk berbisnis kuliner ini membuka peluang bagi pengusaha untuk bergerak dalam bisnis kuliner. Dikutip dari harian Suara Merdeka (Lanang Wibisono, 2017, para.1), hal ini terbukti dari banyaknya investor baik dari dalam maupun luar kota Semarang yang tertarik untuk berinvestasi dalam bisnis kuliner di kota Semarang. Di satu sisi dengan adanya banyak restoran dan investor yang bergerak dalam bidang kuliner ini membuat konsumen mendapatkan peluang tambahan untuk dapat memilih makanan yang

sesuai dengan selera dan keinginan mereka, tetapi di sisi lain hal ini menimbulkan persaingan bagi pebisnis restoran yang telah terlebih dahulu eksis. Persaingan bisnis menjadi sangat ketat sehingga membuat pebisnis lama perlu untuk merumuskan produk maupun strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saingnya dari kompetitor baru.

RM. Pitik Cilik merupakan bisnis kuliner yang bergerak di bidang rumah makan dan *rice box* dengan menu spesial Ayam Goreng. Rumah makan yang terletak di Jl. Wotgandul Barat no. 27, Semarang ini didirikan oleh Bapak Yohanes pada tahun 2014. Berdirinya rumah makan ini didasari dari keinginan Bapak Yohanes untuk memiliki bisnis sendiri dan dilatarbelakangi oleh pengalaman ibunya yang pernah berbisnis kuliner, sehingga membuka RM. Pitik Cilik menjadi tujuan Bapak Yohanes dalam memulai usaha bisnis. Sebelumnya, beliau merupakan karyawan sebuah perusahaan swasta di Jawa Tengah, tetapi keinginan untuk memulai bisnisnya sendiri, beliau memutuskan untuk tidak melanjutkan karirnya sebagai seorang karyawan dan memutuskan untuk merintis usahanya sendiri.

Pemilihan lokasi rumah makan dilatarbelakangi oleh daerah tersebut merupakan lokasi yang strategis di pusat kota Semarang. Daerah yang dipilih oleh Bapak Yohanes untuk rumah makannya merupakan salah satu wilayah *heritage* dan wilayah wisata kuliner di kota Semarang. Ayam goreng yang disajikan memiliki cita rasa berbeda dan ciri khas, beliau mengolah ayam goreng dan menyajikannya menggunakan resep warisan ibunya. Seiring dengan berjalannya waktu, RM. Pitik Cilik mulai mengembangkan bisnisnya bermula dari tingginya permintaan konsumen untuk membuat *rice box* yang dapat dikonsumsi pada berbagai acara dengan menu variatif seperti nasi yang dapat dikombinasikan dengan ayam goreng, ayam bakar, ayam kemangi, ayam bumbu bali dan menu lainnya di luar ayam dengan target konsumen dengan jumlah yang besar seperti instansi pemerintahan, sekolah atau perkantoran.

Perkembangan bisnis kuliner di kota Semarang bisnis menyebabkan semakin ketatnya persaingan sehingga hal ini cukup berdampak terhadap RM. Pitik Cilik. Kompetitor bagi RM. Pitik Cilik bukan hanya dari sesama rumah makan yang

menjual ayam goreng saja seperti Super Penyet, Lombok Ijo maupun Lembur Kuring, tetapi juga kompetitor restoran lainnya yang menjual paket nasi seperti Nglaras Roso dan Kampung Nasi. Dalam bersaing untuk mempertahankan bisnisnya, RM. Pitik Cilik perlu untuk meningkatkan keunggulan bersaingnya dengan memiliki strategi alternatif bisnis.

Perumusan strategi alternatif bisnis dapat dilakukan dengan menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT adalah pembuatan strategi alternatif dengan mengkombinasikan kekuatan, kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan dan juga peluang dan ancaman dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi perusahaan (David dan David, 2016). Dalam membuat matriks SWOT ini, perlu diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik RM. Pitik Cilik, didapatkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari RM. Pitik Cilik sebagai berikut:

Tabel 1.1
Identifikasi SWOT

Variabel	
<i>Strength</i>	Memiliki cita rasa yang nikmat yang mampu memuaskan konsumen
	Design identitas usaha yang khas
	Design pada packaging yang menarik
	Harga terjangkau sepadan dengan porsi yang didapat dan dapat disesuaikan dengan budget yang konsumen inginkan
	Dapat menyediakan menu makanan yang beraneka macam diluar dari menu utama ayam goreng
	Melayani pemesanan dengan jumlah kecil maupun besar
	Menerima pemesanan untuk pagi hari, dimulai dari jam 6 pagi
	Menyediakan layanan pengantaran pesanan area Kota Semarang dan Sekitarnya
	Bahan baku yang digunakan berkualitas dan selalu menggunakan bahan baku dengan kondisi baru
	<i>Weakness</i>
Kapasitas outlet yang terbatas untuk memproduksi pemesanan dengan jumlah besar	

	harus dialihkan ke tempat tinggal pribadi yang jauh dari pusat kota
	Produksi makanan yang tersedia masih dalam bentuk siap saji sehingga tidak dapat disimpan dalam waktu yang lama
	Kurangnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi
<i>Opportunity</i>	Industri waralaba yang berkembang pada sektor kuliner dapat menjadi lahan baru untuk RM. Pitik Cilik untuk memperluas area pemasaran
	Produk <i>frozen food</i> atau makanan vakum yang praktis dan mudah untuk dibawa kemana saja menjadi produk yang diminati untuk dijadikan oleh-oleh
	Berkembangnya era digital marketing dengan menggunakan berbagai macam media sosial dapat membantu RM. Pitik Cilik memperluas pemasaran dan promosi
<i>Threat</i>	Bertambahnya jumlah rumah makan baru dan catering membuat persaingan didalam bisnis kuliner semakin ketat
	Harga bahan baku yang tidak stabil dapat mempengaruhi nilai harga jual dan nilai laba yang didapat
	Libur panjang hari nasional atau hari raya membuat penurunan pada jumlah pemesanan dari perkantoran atau instansi tertentu
	Penyebaran informasi yang buruk atas ketidakpuasan terhadap produk maupun pelayanan RM. Pitik Cilik

Sumber: wawancara dengan pemilik RM. Pitik Cilik

Berdasarkan hasil dari wawancara dapat disimpulkan, bahwa RM. Pitik Cilik meyakini memiliki keunggulan cita rasa yang nikmat yang mampu memuaskan lidah konsumen. Bahan baku yang digunakan berkualitas dan terjamin mutunya karena dipilih dengan hati-hati. Selain itu, bahan baku yang digunakan RM. Pitik Cilik dalam kondisi baru dan segar. *Design* identitas usaha dibuat dengan khas agar dapat memberikan kesan kepada konsumen dan mudah diingat. Design kemasan dibuat dengan semenarik mungkin dan identik sehingga produk dari RM. Pitik Cilik mudah dikenali. Harga yang ditawarkan RM. Pitik Cilik terjangkau sepadan dengan porsi dan rasa yang didapat, serta RM. Pitik Cilik menawarkan beraneka macam menu makanan diluar menu utama ayam goreng yang dapat

disesuaikan dengan kebutuhan dan budget dari konsumen. Dalam pelayanannya RM. Pitik Cilik menerima pemesanan dalam jumlah kecil maupun besar dengan rentang waktu pengiriman dari pukul 06.00-17.00 di area Kota Semarang dan sekitarnya.

Sebagai usaha kuliner yang sedang berkembang RM. Pitik Cilik juga memiliki kelemahan. Saat ini RM. Pitik Cilik memiliki lokasi tempat makan yang lahan parkir kurang memadai membuat kurangnya minat dari konsumen untuk makan di tempat. Kapasitas outlet yang terbatas menyulitkan dalam mengerjakan pesanan dengan jumlah besar, oleh karena itu apabila ada pemesanan dengan jumlah besar akan dialihkan di tempat tinggal Bapak Yohanes yang lokasinya jauh dari pusat kota. Menu ayam goreng andalan RM. Pitik Cilik yang bersifat siap saji mengharuskan untuk segera dikonsumsi, hal ini membuat produk RM. Pitik Cilik tidak dapat untuk disimpan dalam jangka waktu yang lama untuk disajikan dalam waktu tertentu.

Salah satu faktor meningkatnya industri kuliner di Semarang adalah dengan memanfaatkan peluang. Bisnis kuliner dengan sistem waralaba yang banyak dibuka di Semarang, peluang ini dapat dimanfaatkan oleh RM. Pitik Cilik untuk meningkatkan dan memperluas pemasarannya. Penyajian produk dalam bentuk *frozen food* banyak diminati dipasaran karena dinilai lebih praktis dan memiliki jangka waktu penyimpanan yang lama, dengan memanfaatkan peluang dari *frozen food* pendapatan dari RM. Pitik Cilik dapat meningkatkan pendapatan. Peluang lain adalah maraknya penggunaan digital marketing sebagai salah satu media memperkenalkan dan mempromosikan produk, dengan memanfaatkan digital marketing diharapkan produk RM. Pitik Cilik semakin banyak dikenal dan mampu meningkatkan pendapatan.

Dengan berkembangnya bisnis kuliner di Semarang tentunya menimbulkan berbagai macam ancaman yang akan dihadapi oleh RM. Pitik Cilik. Munculnya rumah makan baru yang juga menawarkan ayam goreng dalam menunya membuat persaingan semakin ketat. Ancaman lain adalah harga bahan baku yang tidak menentu, seperti harga ayam potong yang naik tinggi dikarenakan penjualan di waktu lebaran tahun ini yang tidak sesuai target, dampaknya berpengaruh terhadap harga dan laba. Waktu libur nasional yang panjang membuat perkantoran dan

sekolahan sebagai konsumen utama RM. Pitik Cilik menghentikan pemesanan konsumsi yang dapat mengurangi pendapatan. Adanya ancaman dari pihak yang ingin menjatuhkan RM. Pitik Cilik dengan menyebarkan informasi yang buruk terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan RM. Pitik Cilik.

Berdasarkan penelitian pertama menurut Amrullah dkk. (2016) yang meneliti mengenai alternatif strategi untuk Restoran Makassar, memiliki hasil bahwa berdasarkan *SWOT analisis* didapatkan strategi pengembangan Restoran atas menu makanan khas Makassar, yaitu:

- a. Meningkatkan produktivitas
- b. Menerapkan standar mutu dan pelayanan
- c. Meningkatkan efisiensi waktu dan pengadaan bahan baku
- d. Meningkatkan volume penjualan dengan efektifitas pemasaran
- e. Mempertahankan dan menjaga mutu produk yang dihasilkan
- f. Meningkatkan loyalitas pelanggan
- g. Meningkatkan teknologi produksi dan mutu produk
- h. Memperbaiki mutu dan kinerja SDM

Penelitian kedua diambil dari penelitian Aminy (2018) yang meneliti mengenai alternatif strategi untuk D'Vul *Restaurant and Café* di Lombok, dapat diketahui hasil penelitiannya adalah D'Vul *Restaurant and Café* memiliki lokasi yang cukup baik dan strategis yaitu di Lombok International Airport sehingga secara tidak langsung sudah terciptanya pasar. Sebab pada saat ini semakin banyak pengunjung/wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang berlibur dan berwisata di NTB khususnya pulau Lombok, setelah Pulau Lombok memenangkan salah satu penghargaan sebagai *World's Best Halal Honeymoon Destination* dan *World's Best Halal Tourism Destination* dalam acara *The World Halal Travel Summit/Exhibition* di Abu Dhabi pada tahun 2015. Para wisatawan menyempatkan makan di D'Vul *Restaurant and Café* karena secara langsung D'Vul *Restaurant and Café* turut serta berkontribusi mempromosikan penghargaan tersebut melalui menu makanan khas daerah yang dijualnya dan semua menu yang dijual adalah halal.

Berdasarkan adanya latar belakang tersebut maka peneliti akan mengangkat topik mengenai alternatif strategi untuk peningkatan keunggulan bersaing dari RM Pitik Cilik dengan judul **Strategi Alternatif Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing RM. Pitik Cilik Semarang Dengan Analisis SWOT.**

1.2 Perumusan Masalah

Masalah yang dihadapi oleh RM. Pitik Cilik adalah persaingan yang sangat ketat dalam industri kuliner di Semarang menyebabkan perlunya mengetahui strategi alternatif yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing dari RM Pitik Cilik seperti yang terlihat dari berbagai jurnal penelitian sebelumnya. Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apa saja strategi alternatif RM. Pitik Cilik dengan menggunakan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi alternatif RM. Pitik Cilik dengan menggunakan analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi manajemen RM. Pitik Cilik dan dapat dijadikan referensi bagi manajemen untuk upaya meningkatkan keunggulan bersaingnya.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan mampu memberikan perspektif baru terkait pentingnya peningkatan keunggulan bersaing.