

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat perekonomian yang semakin tinggi maka otomatis tingkat kebutuhan hidup akan semakin meningkat. Kondisi ini dapat dibuktikan dimana tingkat konsumtif masyarakat juga semakin tinggi. Yang pada awalnya masyarakat akan merasa cukup dengan mengkonsumsi menu yang tersedia dirumah, namun lama kelamaan akan merasakan adanya kebosanan dengan menu rumah tangga. Selanjutnya mereka akan mencari suasana lain yang berbeda dengan mendatangi rumah makan yang bisa memenuhi keinginan yang berbeda dengan menu yang biasa tersedia dirumah.

Melihat situasi seperti ini, maka para pebisnis merasa tertarik untuk membuka usaha rumah makan. Bisnis usaha rumah makan makin menjamur belakangan ini, dengan berbagai jenis menu makanan, aneka konsep rumah makan, dan terobosan inovatif dilakukan pemilik usaha untuk mendatangkan pengunjung. Setelah era wirausaha semakin booming, banyak khalayak yang tidak memiliki latar belakang bisnis usaha rumah makan ikut mencoba mengadu peruntungan usahanya. Ada dari para pemilik usaha yang berhasil tetapi banyak pula yang mengalami kegagalan usaha.

Sering kali pemilik usaha menganggap bahwa kegagalan usahanya lebih disebabkan oleh kurang beruntung (tidak hoki), belum ada rezekinya di bisnis rumah makan, tanpa membuat koreksi lebih terperinci tentang apa saja hal yang

menyebabkan kegagalan tersebut terjadi. Salah satu bisnis yang banyak digeluti para pengusaha adalah bisnis rumah makan karena banyak yang beranggapan bahwa usaha tersebut paling menjanjikan.

Tingginya tingkat persaingan rumah makan menuntut setiap pengusaha menyusun strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya. Tujuan utama pembuatan strategi oleh perusahaan adalah agar perusahaan tersebut mampu menghadapi perubahan lingkungan yang terjadi sehingga mampu bertahan dan semakin berkembang. Persaingan usaha rumah makan menuntut pengusaha harus dapat memuaskan konsumen yaitu dengan menghadirkan produk yang dapat memenuhi selera konsumen dan memberikan pelayanan yang terbaik. Hal tersebut akan berdampak langsung terhadap minat beli konsumen. Karena dalam hal mengembangkan usaha banyak hambatan-hambatan yang dihadapi seperti kekurangan modal, tenaga kerja yang ahli atau terampil, kinerja keuangan usaha yang buruk, dan sebagainya. Tetapi hambatan-hambatan itu semua dapat diatasi dengan cara mengembangkan dan menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik. Salah satu cara yang harus dilakukan untuk dapat mengembangkan usaha dengan baik adalah dengan cara meningkatkan keahlian kepada pengusaha (wirausaha) seperti memberi pelatihan workshop tentang strategi pengembangan usaha, dan sebagainya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang lebih kepada pengusaha terhadap pengembangan usaha yang baik.

Dan perlu diingat bahwa strategi pengembangan usaha itu merupakan bagian dari perencanaan pemasaran (marketing plan) oleh karena itu setiap pengusaha baik pengusaha kecil maupun besar harus mampu membuat marketing

plan terlebih dahulu sebelum mengembangkan usahanya. Torsina (2000) mengungkapkan keberhasilan suatu restoran dipengaruhi oleh kemampuan manajemen untuk dapat melancarkan kegiatan bisnis demi mencapai efektifitas dan efisiensi restoran, yaitu melalui pengontrolan internal perusahaan terhadap beberapa aspek yaitu aspek pemasaran, aspek produksi/operasional, dan aspek keuangan.

Aspek pemasaran merupakan aspek penting sebab pemasaran merupakan penghubung utama perusahaan kepada konsumen. Untuk itu, setiap pengusaha harus memperhatikan produk, lokasi, kegiatan promosi dan juga penetapan harga. Aspek produksi/operasional mempengaruhi kegiatan produksi/operasional usaha sehari-hari sehingga usaha tersebut dapat berjalan dengan baik. Aspek keuangan merupakan pengendali bisnis dari segi internal. Tanpa modal dan pengelolaan keuangan yang baik dapat berakibat kemunduran usaha. Selain kemampuan manajemen, Torsina juga mengungkapkan bahwa pemanfaatan peluang dan penetapan strategi yang tepat juga turut mempengaruhi keberhasilan restoran. Lingkungan industri usaha dalam lingkungan eksternal perusahaan juga harus dipertimbangkan dalam upaya pengembangan usaha.

Menurut Fred R. David (2009:177) dalam Ammar dan Indrianawati (2014) teknik analisis dalam perumusan strategi dapat dilakukan melalui tahap berikut, yaitu tahap input (EFE, IFE dan CPM) dan tahap pencocokan (TOWS, IE dan Grand Strategy). Tahap pertama yaitu tahap input digunakan dengan matriks evaluasi faktor meliputi matriks IFE untuk evaluasi lingkungan internal dan matriks EFE untuk evaluasi lingkungan eksternal. Untuk tahap kedua yaitu tahap

pencocokan digunakan matriks IE (Internal Eksternal) dan matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).

Sementara Hunger, J. David & Wheelen (2003) beranggapan suatu usaha juga harus mempertimbangkan kebijakan pemerintah dan kelompok berkepentingan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha. Kondisi dalam lingkungan eksternal tersebut dapat berubah sewaktu-waktu. Untuk itu, setiap pengusaha harus selalu melakukan pengamatan terhadap lingkungan ini. Rumah makan khas Padang merupakan salah satu usaha yang banyak digeluti pengusaha dengan pertimbangan bahwa masakan khas Padang disukai berbagai kalangan masyarakat. Hal itu memicu persaingan yang ketat antara rumah makan khas Minang. Padahal bila dilihat dari jenis produk yang ditawarkan, rumah makan khas Padang memiliki diferensiasi yang sangat sedikit bahkan cenderung sama. Dengan demikian, usaha rumah makan khas Padang memerlukan strategi yang tepat agar dapat terus bertahan dan berkembang

Bisnis kuliner di Semarang merupakan salah satu bisnis yang berpotensi untuk berkembang pesat. Dilihat dari gaya hidup masyarakat di era sekarang yang sudah berubah dan cenderung lebih senang untuk membeli makanan di luar daripada memasak sendiri di rumah. Jika seseorang makan minimal dua kali sehari, bisa dibayangkan berapa kebutuhan makanan yang dibutuhkan masyarakat luas dan menjadikan bisnis kuliner menjadi bisnis yang paling menjanjikan. Salah satu bisnis kuliner nasi padang adalah warung makan padang “pojok pleburan”. Berlokasi di jalan Hayam Wuruk K 1 C, kelurahan Pleburan, kecamatan Semarang Selatan. Warung makan ini sudah berdiri selama 3 tahun sejak tahun 2019. Target

pasar warung makan padang “pojok pleburan” adalah masyarakat semua kalangan dengan memberikan menu bervariasi dengan harga yang sangat terjangkau namun cita rasa tetap nikmat dan lezat.

Tabel 1.1 Daftar Harga dan Foto Produk

No.	Nama Produk	Harga Produk	Foto Produk
1.	Nasi Rendang	Rp18.000	
2.	Nasi Ayam Goreng	Rp16.000	
3.	Nasi Ayam Pop	Rp17.000	
4.	Nasi Ikan Mujahir	Rp18.000	
5.	Nasi Ikan Kembung	Rp 18.000	

6.	Nasi Ikan Lele	Rp 14.000	
7.	Nasi Keripik Udang	Rp 15.000	

Sumber : Data Primer tahun 2021

Kuliner nasi padang merajalela dan sangat mudah di temukan di daerah Semarang. Menu – menu yang di jual di warung makan padang cenderung sama. Karena alasan tersebut, supaya bisnis nasi padang pada Warung Makan Padang Pojok Pleburan bisa bertahan dan berkembang pelaku bisnis harus dapat menganalisis dan mengantisipasi berbagai persoalan yang dapat muncul secara tiba-tiba dan tentu saja harus memiliki strategi yang baik, jika tidak maka bisnis tidak akan berkembang dan gagal.

Banyak pelaku bisnis kuliner yang mendapatkan keuntungan besar dan sukses, namun tidak sedikit yang gagal alias bangkrut. Hal ini biasanya terjadi karena pelaku usaha bisnis tidak mengerti apa kebutuhan dan keinginan konsumen. Dan sebaliknya pelaku usaha bisnis yang mengerti kebutuhan dan keinginan konsumen mereka akan memenangkan persaingan dan menjaga eksistensinya dengan bertahan dan berkembang.

Bedasarkan observasi dan wawancara kepada Pemilik Warung Makan Padang Pojok Pleburan yang mempunyai tanggung jawab dan wewenang dalam mengambil keputusan di Warung Makan Padang Pojok Pleburan tersebut, Warung Makan Padang Pojok Pleburan mengalami kenaikan dan penurunan penjualan di setiap bulannya dan adanya penurunan disebabkan akibat keputusan pembelian atas makanan dan minuman yang dijual di Warung Makan Padang Pojok Pleburan.

Berdasarkan pra Maret diketahui bahwa terjadi penurunan pendapatan pada Warung Makan Padang Pojok antara lain sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Data Penjualan 2021

Bulan	Penjualan	Penurunan/Peningkatan
Maret	152.750.000	-
Februari	146.640.000	-4%
Maret	143.707.200	-2%
April	140.833.056	-2%
Mei	138.016.395	-2%
Juni	136.636.231	-1%
Juli	140.735.318	3%
Agustus	129.476.492	-8%
September	128.181.728	-1%
Oktober	121.772.641	-5%
November	119.337.188	-2%
Desember	115.757.073	-3%
Jumlah	1.475.826.926	

Sumber: Data Primer tahun 2021

Berdasarkan uraian diatas dapat dilihat adanya penurunan pendapatan yang terjadi di Warung Makan Padang “Pojok Pleburan”. Sehingga pihak toko harus dapat menentukan strategi bisnis yang harus dilakukan guna meningkatkan penjualan. Salah satu alat yang digunakan untuk membantu strategi bisnis adalah SWOT.

Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity dan Threat) merupakan salah satu bagian dari manajemen strategi yang seringkali diterapkan oleh perusahaan. Hal ini dirasa penting, karena perusahaan dapat lebih dulu mengetahui keunggulan kompetitif yang dimiliki, kelemahan yang dimiliki, peluang yang ada untuk progres perusahaan maupun ancaman yang akan datang dari dalam maupun dari luar perusahaan.

Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak serta sumber daya perusahaan yang besar. Sebagai tambahan, strategi bisa memberi pengaruh pada kesejahteraan jangka panjang yang mana biasanya paling sedikit lima tahun, dan maka dari itu berorientasi masa depan. Setelah mengetahui analisis lingkungan secara internal maupun eksternal dari

wawancara pada pemilik diharapkan bisa membantu Warung Makan Padang “Pojok Pleburan” dalam penentuan strategi alternative

Dengan membuat strategi bisnis yang tepat serta malakukan analisis dan memanfaatkan faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan, sebagai salah satu dasar dalam pengambilan strategi yang tepat berdasarkan kondisi pasar yang ada. Selain itu untuk proses penyusunan perencanaan strategi perlunya tiga tahap analisis yaitu Tahap Pengumpulan data, Tahap Analisis dan Tahap Pengambilan keputusan yang tepat untuk memprioritaskan Strategi yang akan dijalankan.

Ada beberapa analisa dan strategi yang bisa digunakan untuk mengembangkan usaha kuliner pada warung makan padang “pojok pleburan”, yaitu analisa SWOT dimana melalui pendekatan tersebut pelaku usaha bisnis dapat menganalisis strategi yang tepat dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sehingga bisnis bisa berjalan dengan baik.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS WARUNG MAKAN PADANG “POJOK PLEBURAN” BERDASARKAN ANALISIS SWOT**

1.2 Rumusan Masalah

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah adanya penurunan penjualan pada bulan Maret sampai bulan Desember tahun 2021 dan pesatnya kuliner nasi padang yang tersebar di Semarang membuat pelaku bisnis warung makan padang “Pojok Pleburan” harus memiliki strategi yang baik dan tepat untuk mampu bertahan dan bersaing dengan kompetitor sejenis lainnya serta meningkatkan penjualan. Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi pengembangan bisnis warung makan padang “Pojok Pleburan” berdasarkan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis yang digunakan pada Warung Makan Padang Pojok Pleburan berdasarkan analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi akademisi

Menambah pengetahuan tentang strategi pengembangan bisnis pada sebuah perusahaan khususnya pada Warung Makan Padang Pojok Pleburan. Dapat menjadikan bahan untuk referensi penelitian dalam mengembangkan sebuah bisnis.

b. Bagi Praktis

Manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan hasil penelitian ini ialah memberi masukan sebagai bahan perbaikan perusahaan khususnya pelaku usaha warung makan dalam peningkatan penjualan dengan beberapa strategi pemasaran yang diterapkan.